

**EWDY: uma plataforma online para planeamento de viagens  
e desenvolvimento pessoal**

**Cláudia Sofia Rodrigues Sequeira**

**Trabalho de Projecto de Estágio de Mestrado  
em Novos Media e Práticas Web**

**Abril 2013**

Trabalho de Projecto apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à  
obtenção do grau de Mestre em Novos Media e Práticas Web realizado sob a  
orientação científica de António Câmara e co-orientação de Vítor Badalinho e Vasco  
Gaspar.

## **AGRADECIMENTOS**

Dedico este espaço àqueles que deram a sua contribuição para que este Trabalho de Projecto fosse realizado.

Em primeiro lugar agradeço ao Professor António Câmara, ao Professor Vítor Badalinho e ao Dr. Vasco Gaspar. Relevo a forma como coordenaram o meu trabalho. Pelas sugestões e troca de opiniões e pela liberdade de acção que me concederam.

Em segundo lugar, agradeço aos Mestres Filipa Faria e Maurício Ramalho pelo incentivo e pelo apoio que me deram no desenvolvimento da plataforma.

Gostaria ainda de agradecer a Miguel Jerónimo, pelo incentivo amigo e pelos debates sobre a temática desenvolvida. A partilha da sua experiência de viagem à Índia, que serviu de inspiração para o desenvolvimento da ideia do projecto.

São também dignos de uma nota de apreço todos os colegas, amigos, familiares e conhecidos que responderam e partilharam o questionário que elaborei com o objectivo de perceber os hábitos de quem viaja.

Deixo, ainda, agradecimentos especiais à Ana Barcelos, Isa Machado, Marisa Raposo e João Sequeira.

Finalmente, agradeço aos meus pais pela possibilidade que me deram de frequentar este Mestrado e de realizar este Trabalho de Projecto. A sua realização permitiu-me desenvolver pessoalmente e aprofundar o conhecimento sobre temáticas pelas quais me interesso. Saliento o apoio do meu pai, que me ajudou a rever e corrigir o texto teórico deste trabalho de projecto.

# **EWDY: uma plataforma online para planeamento de viagens e desenvolvimento pessoal**

## **EWDY: an online platform for travel planning and self-development**

**Cláudia Sofia Rodrigues Sequeira**

### **RESUMO**

Este Trabalho de Projecto consistiu em criar uma plataforma online inserida no conceito de Web 2.0. Destina-se aos viajantes que procuram planear e gerir as suas viagens de forma mais consciente. O objectivo é facilitar o auto-conhecimento e desenvolvimento pessoal que o viajante adquire quando viaja.

Este projecto tem por base a Teoria do U de Otto Scharmer. É um processo criativo e de liderança, que proporciona o auto-conhecimento e procura despertar a força de vontade e a criatividade. Melhora a performance do individuo e dos membros de uma organização.

A plataforma online foi desenvolvida utilizando as linguagens de programação *HTML*, *CSS*, *PHP*, *MySQL*, *JavaScript* e *Ajax*. Foram tidos em consideração o Design, a Usabilidade e a Arquitectura de Informação de forma a conseguir-se que um resultado final de fácil utilização. Teve-se, ainda, em conta os princípios da *gamification* para criar o processo lógico de utilização baseado na Teoria do U.

### **ABSTRACT**

This Project consisted in the creation of an online platform inserted in the concept of Web 2.0. It was built for travellers that are looking to plan and manage their own trips in a more conscious way. The goal is to facilitate the self-awareness and personal development that the traveller acquires when travelling.

This Project is based in the U-Theory of Otto Scharmer. It's a creative and leadership process that provides self-awareness. It enhances the performance of a person and of the members of an organisation.

The online platform was developed with HTML, CSS, PHP, MySQL, Javascript and Ajax. The Design, the Usability and the Information Architecture were taken into consideration to guarantee that the final result is easy to use. It was also taken into account the principles of *gamification*, to create the logical utilization process based in the U-theory.

**PALAVRAS-CHAVE:** Web 2.0, Viajar, Desenvolvimento Pessoal, Teoria do U

**KEYWORDS:** Web 2.0, Travel, Self-Development, U-Theory



# Índice

|  |    |
|--|----|
| Introdução.....  | 1  |
| Capítulo I : Web 2.0, Viajar e Desenvolvimento Pessoal ..... | 2  |
| I. 1. O conceito de Web 2.0 .....                            | 2  |
| I. 2. O conceito de Viajar .....                             | 3  |
| I. 3. A Web e Viajar .....                                   | 4  |
| I. 3.1. Blogues de Viagem.....                               | 4  |
| I. 3.2. Planeadores de Viagem .....                          | 4  |
| I. 3.3. Redes Sociais de Viagem.....                         | 5  |
| I. 3.4. Motores de Busca de Viagem .....                     | 5  |
| I. 4. O conceito de Desenvolvimento Pessoal.....             | 6  |
| I. 5. A Web e Desenvolvimento Pessoal .....                  | 7  |
| I. 6. Viajar e Desenvolvimento Pessoal .....                 | 7  |
| I. 6.1. Estudo de George Gmelch .....                        | 7  |
| I. 6.2. Opiniões de Referência .....                         | 8  |
| I. 6.3. Questionário sobre viajar.....                       | 10 |
| Capítulo II : EWDY .....                                     | 11 |
| II. 1. Web 2.0 + Viajar + Desenvolvimento Pessoal.....       | 11 |
| II. 2. EWDY : “Explore the world, Discover Yourself!” .....  | 13 |
| Capítulo III : Do Conceito ao Protótipo .....                | 15 |
| III. 1. “Design Thinking” .....                              | 15 |
| III. 2. Design: Identidade e Web Design.....                 | 16 |
| III. 3. Arquitectura de Informação .....                     | 17 |
| III. 4. Desenvolvimento e Programação Web .....              | 19 |

|  |    |
|--|----|
| III. 5. Marketing Digital .....              | 19 |
| Capítulo IV : O Protótipo .....              | 20 |
| IV. 1. A plataforma e a sua utilização ..... | 20 |
| IV. 2. Vantagens e desvantagens .....        | 22 |
| IV. 3. Futuros desenvolvimentos .....        | 23 |
| Bibliografia .....                           | 24 |
| Anexo A: Questionário sobre viajar .....     | 26 |
| Anexo B: Análise de Utilizadores.....        | 36 |
| Anexo C: Identidade.....                     | 39 |
| Anexo D: Arte Final .....                    | 41 |
| Anexo E: “Layout” .....                      | 43 |
| Anexo F: Diagrama Conceptual .....           | 45 |
| Anexo G: Organograma.....                    | 47 |
| Anexo H: Processo Lógico .....               | 49 |
| Anexo I: Levantamento do Estado da Arte..... | 51 |

# Introdução

Com este Trabalho de Projecto pretende-se incentivar e intensificar o desenvolvimento pessoal de quem viaja. Teve-se em conta que quando se viaja sai-se fora da respectiva zona de conforto e de rotina diária.

Na sequência dos estudos realizados no “Mestrado em Novos Media e Práticas Web”, adoptou-se, como método, desenvolver uma plataforma online. Teve-se em atenção os viajantes interessados em obter uma experiência de viagem mais consciente, com o objectivo de lhes possibilitar uma troca de “dicas” e “desafios” de viagem. Com esta plataforma disponibilizam-se ferramentas de gestão de viagem e auto-conhecimento.

Para auxiliar este método, a plataforma segue um processo evolutivo de utilização baseado na Teoria do U, de Otto Scharmer.

No primeiro capítulo são percepcionados os conceitos base deste projecto, e os seus princípios diferenciadores. São, ainda, analisadas algumas das interligações existentes entre estes conceitos, e alguns dos projectos que focam essas interligações.

No segundo capítulo, desenvolve-se a estrutura conceptual do projecto. É explicada a forma como os conceitos de base se cruzam dando origem ao objecto de estudo, o "EWDY".

No terceiro capítulo, é feita uma análise das metodologias e das técnicas utilizadas na concepção da plataforma.

Finalmente, no quarto capítulo, é feita a análise dos resultados obtidos no protótipo e a discussão das vantagens e desvantagens da sua utilização. Na parte final do capítulo, esboçam-se algumas hipóteses para futuro desenvolvimento do projecto.



# Capítulo I : Web 2.0, Viajar e Desenvolvimento Pessoal

## I. 1. O conceito de Web 2.0

Quando Tim Berners-Lee desenvolveu, no CERN, um sistema de documentos em rede interligados por *hiperlinks*, criou as bases para a *World Wide Web* (WWW). Em poucos anos, o que era um protótipo que possibilitava uma melhor organização da informação, inspirada na forma como o cérebro humano a processa, transformou-se numa rede mundial. A partir de então, a informação passou a ser actualizada a grandes velocidades.

A *Web 2.0* resulta de um processo evolutivo que, partindo de um estágio de autonomia e independência, como acontece com os sites pessoais, atinge um estágio de participação colectiva. Refere-se, como exemplo, a Wikipedia, que permite a qualquer pessoa contribuir, com o seu conhecimento, para o desenvolvimento de um determinado tema. O sistema de votos e de referência literária torna esta fonte de informação mais fiável.

Tim O'Reilly, é um dos responsáveis pela origem do conceito de *Web 2.0*. Segundo ele,

“pode-se visualizar a *Web 2.0* como um conjunto de princípios e práticas que juntam um autêntico sistema solar de “sites” que demonstram alguns ou todos esses princípios, a uma distância variável desse core.” (O’Reilly, 2005)

Os princípios que O'Reilly refere são:

"Serviços, e não *software* embalado, com escalabilidade na relação custo – benefício";

"Controlo sobre algo único, fontes de dados que são difíceis de recriar quanto mais pessoas as usarem";

"Confiar nos utilizadores como co-desenvolvedores";

"Aproveitamento da inteligência colectiva";

"Alavancar a *long tail* através de *self service*";

"Software acima do nível de operar num único dispositivo" e

"Interfaces de usuário leves, modelos de desenvolvimento e modelos de negócios".

## I. 2. O conceito de Viajar

Viajar, segundo o significado literal da palavra, é “ir de um lugar para outro, geralmente distante” (Wikcionário). Mas viajar tem vindo a inspirar outros conceitos.

Contrariamente ao que acontecia quando o ser humano era nómada e se deslocava para procurar os meios de sobrevivência, actualmente, viaja-se à procura de actividades e práticas recreativas. É reconhecido que viajar é, também, uma prática instrutiva, em diferentes níveis. Rick Steves afirma que “viajar de forma consciente, abre-nos para as maravilhas do nosso mundo de várias formas: ajuda-nos a apreciar a natureza (...) e conecta-nos com a cultura e com as pessoas”. Referindo-se à sua experiência, acrescenta que “viajar faz esmorecer fortemente o meu etnocentrismo!” (2011).

Viajar tornou-se numa prática frequente, acessível a qualquer pessoa, mesmo que não tenha muitos recursos financeiros. Estão disponíveis muitos meios para informar quem quer viajar: websites e aplicações móveis, guias de cidades e países, livros de viajantes com partilhas de experiências e palestras dedicadas ao tema.

Salientam-se dois livros que foram tidos como referência para a criação deste projecto:

*I Was Here* de Kate Pocrass (2011) - uma espécie de diário de viagem, constituído por ferramentas de gestão de viagem e por actividades que permitem explorar o mundo, de forma mais atenta;

*How to Be an Explorer of the World*, Keri Smith (2008) - faz referência a uma grande variedade de actividades criativas e alternativas para explorar, mais a fundo, qualquer sítio do mundo.

Para perceber melhor esta temática e os hábitos de quem viaja, foi realizado um pequeno estudo. Numa amostra de 407 pessoas, apenas duas referiram que não gostavam de viajar. (Anexo A)

### **I. 3. A Web e Viajar**

Na internet, existem muitas plataformas com informação relevante para viajantes. Merecem especial destaque os blogues, as ferramentas que ajudam o viajante a planear e a gerir as suas próprias viagens e as redes sociais de viagem.

#### **I. 3.1. Blogues de Viagem**

Para além das plataformas genéricas (Blogger e Wordpress), existem plataformas dedicadas exclusivamente à criação de blogues de viagem. Entre eles referem-se:

*Get Jealous, My Trip Journal, On The Road e Travel Blog* – permitem aos seus utilizadores, à medida que vão viajando, inserir as descrições, fotos e vídeos e mapear os seus itinerários. É esta a funcionalidade que distingue um blogue normal, de um blogue de viagens;

*Off Exploring e Travel Pod* – acrescentam às funcionalidades referidas nas plataformas anteriores, a possibilidade de imprimir as experiências de viagem, em livro;

*Travel Pod* – acrescenta a possibilidade de se visualizar os “posts” dos seus utilizadores através de uma “timeline”;

*Map Vivo e Tripline* – caracterizam-se pela interactividade entre os itinerários do utilizador e a informação exposta.

#### **I. 3.2. Planeadores de Viagem**

As plataformas *TouristEye* e *Trip Wolf*, são ferramentas que possibilitam planear um itinerário escolhendo os locais a visitar, tendo em conta as sugestões dos restantes utilizadores.

O *Plnnr* é uma plataforma que gera automaticamente, com possibilidade de impressão, um itinerário turístico de um determinado sítio. Para tal, tem em conta as opções e os interesses pessoais de cada utilizador, que não precisa de se registar.

Dentro da temática do planeamento de viagens, referem-se a *TripAdvisor*, a *Trippy* e a *Wanderfly* que se focam na partilha de recomendações de destinos de viagem. A *Trip Advisor*, é

presentemente, a plataforma de viagens online com o maior número de registos. Trata-se de uma vasta base de dados de recomendações registadas e avaliadas pelos próprios utilizadores. A *Trippy* e a *Wanderfly* distinguem-se desta pelo seu aspecto visual.

### **I. 3.3. Redes Sociais de Viagem**

Por entre a grande variedade de redes sociais destinadas aos viajantes, destacam-se o *Couchsurfing*, o *Exploroo*, o *Find Meet Go*, o *Globe Trooper*, o *Tripatini*, o *Trav Buddy* e o *Trip Colony*.

O *Couchsurfing* e o *Trip Colony* funcionam como uma rede online para estabelecer posteriores contactos pessoais offline. Os viajantes ligam-se às comunidades locais que se disponibilizam a dar a conhecer os sítios onde vivem e a sua cultura. E no caso específico do *Couchsurfing*, disponibilizam também, alojamento gratuito para esses viajantes.

*Exploroo* é uma plataforma para uma comunidade de viajantes. Permite a partilha de experiências, discussão de ideias e pontos de vista sobre diversos tópicos relacionados com viajar e conhecer o mundo.

*Find Meet Go*, *Globe Trooper* e *Trav Buddy* têm por objectivo ajudar os viajantes que viajam sozinhos a encontrar parceiros de viagem com interesses comuns.

### **I. 3.4. Motores de Busca de Viagem**

Não são objectos de estudo os motores de busca de voos e alojamento como o *Kayak* e o *Hostel World*. Referem-se, no entanto, a plataforma *Minube* e *One World*. A primeira, além de comparar preços de hotéis e voos, possibilita descobrir novos destinos, planear e partilhar viagens. A plataforma *One World*, com base nos percursos disponibilizados pelas companhias aéreas parceiras, possibilita traçar o itinerário de uma volta ao mundo e comprar um bilhete RTW (“Round the World”).

#### I. 4. O conceito de Desenvolvimento Pessoal

Segundo Bob Aubrey, “Desenvolvimento Pessoal refere-se a actividades que melhoram o auto-conhecimento e identidade, que ajudam a realizar sonhos e aspirações, aumentam o valor de talentos e potencial, constroem capital humano e empregabilidade, e realçam a qualidade e valorização do estilo de vida.” (2010)

Na psicologia, os princípios de desenvolvimento pessoal, surgiram como antítese às teorias sugeridas por Freud. Feist no seu livro *Theories of Personality* (1998, p.65) refere que Alfred Adler, contrapõe a teoria defendida por Freud que reduzia a motivação humana ao sexo e à agressão. Segundo afirma, Adler introduziu a psicologia individual defendendo que as pessoas,

- são mais motivadas por influências sociais e pela sua luta pela superioridade ou sucesso pessoal e
- são responsáveis por aquilo que são, e que o seu comportamento actual, é formado pelas suas visões do futuro.

Na Hierarquia das Necessidades de Maslow, a Realização Pessoal é a última das 5 necessidades básicas do ser humano. Maslow afirma que mesmo quando as quatro primeiras necessidades são satisfeitas, “podemos por vezes (se não sempre), esperar que um novo descontentamento e inquietação se desenvolva, a não ser que o individuo esteja a fazer aquilo para que foi feito. Um músico deve fazer música, um artista deve pintar, um poeta deve escrever, se quiserem ser finalmente felizes. O que um homem *pode* ser, *tem* de ser. A esta necessidade podemos chamar Realização Pessoal.” (1943, p. 10). Assim o conceito de Desenvolvimento Pessoal pode estar associado à necessidade de Realização Pessoal.

Em relação à forma como atingir esta realização pessoal, Maslow referiu que “Uma vez que, na nossa sociedade, as pessoas com as necessidades básicas satisfeitas são a excepção, não se sabe muito sobre a Realização Pessoal, quer experimental ou clinicamente. Continua a ser um problema desafiante para investigação.” (1943, p. 11) Porém, hoje em dia, há uma grande variedade de livros de auto-ajuda, e de profissionais em *Coaching* pessoal, que tentam colmatar esta última necessidade do ser humano.

## **I. 5. A Web e Desenvolvimento Pessoal**

Em termos de desenvolvimento pessoal, foi possível fazer o levantamento de muitos blogues e sites, que abordam esta temática. Foram encontradas também plataformas online que disponibilizam ferramentas de *coaching* ou programas que ajudam no processo de auto-conhecimento. A título de exemplo, citam-se os seguinte:

O *Success Wizard* disponibiliza um plano de desenvolvimento pessoal;

O *Pd-hub* que oferece uma gama de programas de *coaching online*;

O *Coaching Cloud* disponibiliza serviços tanto para empresas, *coaches* e mentores, como para utilizadores individuais que procuram recursos e experiência de coaching. Através desta plataforma é possibilitado o acesso a uma rede global de contactos de *coaches*;

O *Robot Coach* disponibiliza um serviço de coaching automatizado adaptado ao utilizador, após uma avaliação inicial deste.

*Super Better* é uma plataforma online, e uma aplicação móvel, baseada nos princípios da “gamification”. Destina-se a ajudar os utilizadores a melhorar a sua resiliência pessoal, de modo a atingirem os seus objectivos saudáveis ou a recuperarem de uma doença ou lesão.

## **I. 6. Viajar e Desenvolvimento Pessoal**

Para aprofundar este tema recorreu-se à análise do artigo de George Gmelch e de algumas opiniões de referência, e do resultado ao questionário referido no ponto I.2.

### **I. 6.1. Estudo de George Gmelch**

George Gmelch, no artigo “Crossing Cultures”, refere-se ao estudo que realizou para perceber o que aprendem os estudantes quando viajam. Fez parte deste estudo, a observação dos seus alunos americanos que viajaram para a Europa, durante um curto espaço de tempo. Concluiu que os mesmos aprendem, no geral, muito pouco sobre a cultura europeia e que as aprendizagens mais significativas estão associadas ao seu desenvolvimento pessoal (1997, p. 476).

No âmbito deste estudo, Gmelch exigiu aos estudantes que mantivessem um diário enquanto estivessem na Europa. No fim da viagem pediu-lhes que relessem os seus próprios diários como se fossem outra pessoa e reflectissem sobre as mudanças que detectaram (1997, p. 484). As competências identificadas como desenvolvidas pelos estudantes foram uma maior confiança pessoal, e mais adaptabilidade (1997, p. 484).

No mesmo artigo foram referidos outros dois estudos levados a cabo em situações semelhantes. Compararam-se os comportamentos dos alunos que viajaram com os dos que não viajaram. Os estudos demonstraram que os alunos que viajaram eram "menos materialistas" e com maior "independência e adaptabilidade na forma de pensar", apresentavam "mais consciência no seu próprio país e cultura", "mais independência e autonomia" e "menos atitudes convencionais" (1997, p. 485).

Depois de perceber a importância do viajar para o desenvolvimento pessoal dos estudantes, o autor sentiu a necessidade de averiguar a razão porque o desenvolvimento pessoal acontece. Constatou que, por serem constantemente confrontados com problemas para resolver, por viajarem sem a vigilância de adultos e pelo facto de as viagens serem imprevisíveis, os estudantes tomavam muitas decisões por eles próprios. Constatou ainda que, para tomarem essas decisões, comunicavam muitas vezes com a população local, com quem tentavam interagir, apesar de não falarem o mesmo idioma. (Gmelch, 1997, p. 486)

Gmelch faz referência a Chikering afirmando que "o crescimento não é simplesmente um processo de maturidade que se desenrola, mas um processo que requer estimulação" (1997, p. 487). Conclui-se então, que as viagens e todos desafios que a experiência de viajar proporciona são estímulos para o processo de desenvolvimento pessoal de um indivíduo.

### **I. 6.2. Opiniões de referência**

Entre os escritores, poetas e filósofos que se pronunciaram sobre a temática "viajar", referem-se os seguintes:

Robin Esrock, escritor de viagens de aventura e apresentador televisivo sul-africano, refere que ao longo das suas viagens percebeu que as pessoas que viajam muito, como ele, ou estão a fugir de alguma coisa, ou andam à procura de alguma coisa. (2013).

Gonçalo Cadilhe, escritor e repórter de viagens português, no seu livro *Um Lugar Dentro de Nós*, refere-se à controversa diferença entre o turista e o viajante. Afirma que “o turista só viaja por fora de si, enquanto o viajante procura que a viagem lhe indique um itinerário dentro da própria alma.” (2012, p. 155). Para chamar à atenção da necessidade de se ter uma atitude mais consciente e participativa durante as viagens, afirma que “Viajar não é marcar cruzes numa lista - viajar é criar a própria viagem” (2012, p. 158).

Cadilhe expressa a sua opinião sobre a importância de viajar para o desenvolvimento pessoal do indivíduo. No início do livro cita Jonh Steinbeck, escritor americano prémio Nobel da Literatura em 1962, que afirma: “Não são as pessoas que fazem as viagens, mas sim as viagens que fazem as pessoas”. Ao terminar o livro, afirma: “Não importa onde te leva a viagem, mas sim o que ela faz de ti.” (2012, p. 223)

Fernando Pessoa, escritor e poeta português, toca num ponto mais filosófico do tema, afirmando que “As viagens são os viajantes. O que vemos, não é o que vemos, senão o que somos.” Na mesma lógica, ou até mesmo aprofundando esta visão, Johann Goethe, escritor e pensador alemão, afirma:

“O homem só conhece a si mesmo na medida em que conhece o mundo; ele se torna consciente de si mesmo somente dentro do mundo, e consciente do mundo somente dentro de si mesmo. Cada objecto, bem contemplado, abre um novo órgão da percepção dentro de nós”.

Por outro lado, também há quem defenda que viajar pode gerar efeitos negativos em algumas pessoas. William Hazlitt, escritor humanista inglês, afirma que “Não é adequado que todo o homem viaje; faz um homem sábio melhor, e um tolo pior.” Sugerindo que nem toda a gente está preparada para viajar [a dada altura], demonstra a importância da preparação psicológica e emocional necessárias para fazer uma viagem.



### **I. 6.3. Questionário sobre viajar**

No questionário anteriormente apresentado, chegou-se à conclusão que grande parte das pessoas que viajam, consideram esta prática apenas um processo de escape à rotina ou de recreação. 99% dos inquiridos considera que viajar melhora as suas vidas, sendo que apenas quatro pessoas responderam “não”.

Perante a pergunta “Como é que viajar melhora a tua vida?”, a resposta mais frequente foi que viajar contribui para a obtenção de uma “mente mais aberta”.

## Capítulo II : EWDY

### II. 1. Web 2.0 + Viajar + Desenvolvimento Pessoal

Da interligação destes três conceitos, surgiu a ideia de criar uma plataforma Web que pretende tornar mais consciente o desenvolvimento pessoal conseguido através das viagens.

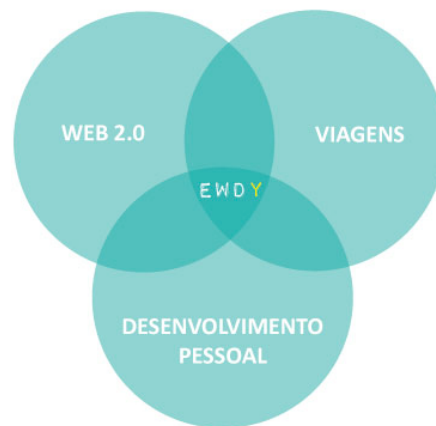


Figura 1 – Diagrama de Venn

O'Reilly refere “Da próxima vez que uma empresa afirmar que é Web 2.0, teste as suas funcionalidades em relação à lista acima (listada no ponto I.1.). Quantos mais pontos elas marcarem, mais merecem o seu nome. Lembre-se, no entanto, que a excelência numa dessas áreas pode significar mais que apenas ter alguns pontos em todas as sete.” (O'Reilly, 2005)

Assentando nos princípios da Web 2.0, o projecto é uma plataforma online que disponibiliza um serviço self-service interactivo. Pretende-se criar uma base de dados conseguida pela cooperação da inteligência colectiva dos próprios utilizadores.

Foi percepcionado, pela análise das respostas obtidas no questionário, pelo estudo de George Gmelch e pelas citações de diferentes escritores e filósofos, que o desenvolvimento pessoal não é tido, na maior parte dos casos, como objectivo para quem está a planear uma viagem, mas sim um efeito causado pela experiência de viajar. A divergência de opiniões sobre

Assim, a plataforma pretende ajudar os seus utilizadores, na preparação e no desenrolar da viagem, incentivando-os a explorar o seu destino com a mente mais aberta. Para isso foi feita uma adaptação à Teoria do U, desenvolvida por Otto Scharmer.



O processo sugerido por Scharmer percorre um trajeto em forma de U (figura 2) que representa a imersão feita no indivíduo, ou organização, até ao ponto de consciência. Atingido o ponto de consciência é adquirida a capacidade de “liderar a partir do futuro que emerge”, em vez de, simplesmente, reagir com base nas experiências do passado (Scharmer, 2009, p. 5).

O trajecto está dividido em sete espaços cognitivos ou de atenção - *downloading, seeing, sensing, presencing, crystallizing, prototyping* e *performing*. Ao longo destes espaços são sugeridos diferentes tipos de exercícios que despertam essa atenção. Os seis pontos de transição e modelação (*suspending, redirecting, letting go, letting come, enacting* e *embodying*) referem-se à mudança de consciência do individuo que lhe permite evoluir para o espaço cognitivo seguinte.

Os pontos de transição incentivam também à activação das três capacidades que combatem as três vozes internas de resistência: a do julgamento (VoJ), a do cinismo (VoC) e a do medo [“fear”] (VoF) - são as capacidades de abrir a mente (“open mind”), o coração (“open heart”), e a vontade (“open will”). Quando as vozes internas de resistência são desligadas “ultrapassamos o medo de pisar o desconhecido” (Scharmer, 2009, p. 23).

O aspecto inovador da teoria do U é a sua abordagem holística que desperta e interliga a inteligência mental, emocional e espiritual. A inteligência espiritual não está aqui associada ao sentido religioso, mas à “capacidade de aceder ao propósito e ser autêntico” de um individuo ou organização (Scharmer, 2009, p. 41).

Este processo criativo assemelha-se, de certa forma, ao processo que uma pessoa faz quando viaja conscientemente. Adaptá-lo à experiência de viajar, possibilita um enriquecimento da viagem tanto em termos de auto-conhecimento, como de abertura mental para conhecer mais a fundo uma nova cultura.

Realça-se aqui o facto de Gmelch, como referido no ponto I.6.1., exigir aos seus alunos que escrevessem e lessem os seus diários. O exercício de ler e de escrever ajuda qualquer viajante a tomar mais consciência do seu desenvolvimento pessoal.

## **II. 2. EWDY : “Explore the world, Discover Yourself.”**

O EWDY é, então, uma plataforma online para viajantes que tem como objectivo intensificar e tornar mais consciente o desenvolvimento pessoal do utilizador, antes, durante e depois das viagens. Trata-se de um processo evolutivo na sua utilização, com diferentes etapas, disponibilizando e agregando dicas, desafios e ferramentas de viagem e auto-conhecimento.

É do propósito real deste projecto que nasce o acrónimo EWDY – “Explore the World, Discover Yourself” (Explora o mundo, descobre-te a ti mesmo).

## Capítulo III : Do conceito ao protótipo.

### III. 1. “Design Thinking”

Na concepção do projecto seguiu-se a metodologia do *Design Thinking*, para ir da problemática ao protótipo. *Design Thinking* é um processo criativo que teve origem na metodologia projectual utilizada pelos designers, adaptada de modo a poder oferecer soluções inovadoras a qualquer problema.

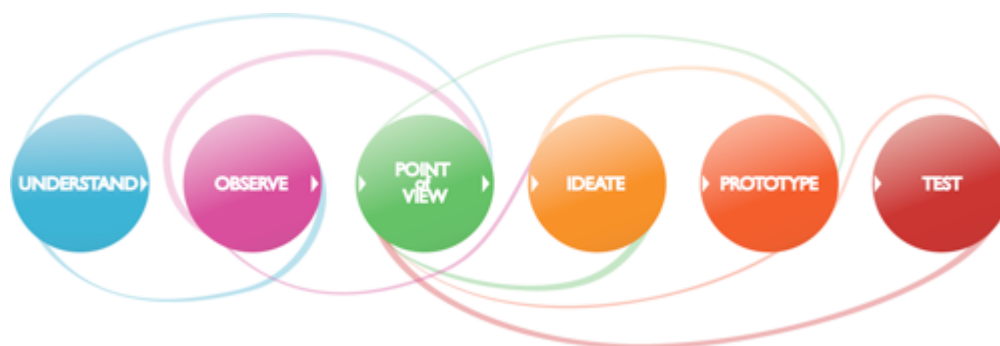


Figura 3 – Processo de *Design Thinking* segundo a d.School de Stanford

Esta metodologia tem um trajecto linear, que pode ser descontinuado, quando surgir a necessidade de recuar a uma ou mais etapas anteriores, para evoluir no processo indo de encontro às reais necessidades do utilizador do produto.

*Understand* - Perceber: Nesta primeira fase, o objectivo é perceber concretamente a problemática - pesquisando ou falando com especialistas - para desenvolver algum conhecimento de base. A partir daí, podem ser resolvidos, de forma mais assertiva, os restantes desafios do processo. Neste projecto, foi importante perceber melhor os três conceitos centrais. Foi importante perceber, também, como é que viajar ajuda no desenvolvimento pessoal e como se pode melhorar ainda mais a experiência de viajar.

*Observe* - Observar: na segunda fase foi realizado um questionário para perceber alguns dos hábitos das pessoas quando viajam (Anexo A) e foram feitas algumas observações *in loco*.

*Point of View* - Ponto de Vista: nesta fase é necessário idealizar uma *persona* para definir o ponto de vista principal, ou seja, definir o perfil dos utilizadores (Anexo B).

*Ideate* - Idealizar: esta é a fase de fazer *brainstorming*. Foi importante para gerar ideias que possibilitaram desenhar e ajustar os três conceitos centrais do projecto, conciliando-os com a Teoria do U. Teve-se em conta as competências, os recursos e o tempo disponível para a sua execução.

*Prototype* - Protótipo: esta foi a fase principal do projecto que envolveu as diferentes metodologias: a criação da identidade para o projecto, o Web Design, a Arquitectura de Informação e criação do conteúdo e a Programação e Desenvolvimento Web.

*Test* - Testar: a fase de testes é muito importante. Será levada a cabo em trabalho a realizar posteriormente.

É também importante salientar que a prática do processo de *Design Thinking* é mais eficaz quando realizada numa equipa multi-disciplinar.

### III. 2. Design: Identidade e Web Design

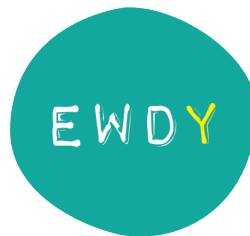


Figura 4 – Logótipo EWDY

A identidade do projecto, pretende associar-se indirectamente ao acto de viajar em que a inspiração num mundo de plasticina moldável, deu origem à forma. O carimbo do passaporte e o letreiro de um *placard* de aeroportos deu origem à tipografia escolhida. O planeta azul e o verde esperança, combinam na tonalidade do azul-turquesa. A individualidade e jovialidade são transmitidos pelo amarelo. (Anexo C)

Em termos de Web Design, antes de chegar à arte final (Anexo D), foram desenhados diferentes *wireframes*, para perceber de que modo seria mais funcional expor a informação e o conteúdo no site. O *layout* enquadra-se numa grelha e foi estruturado à base de *divs* (Anexo E).

permitindo ao site adaptar-se a qualquer tipo de dispositivo ou browser. Utilizou-se para o efeito, algumas das técnicas de *Responsive Web Design*.

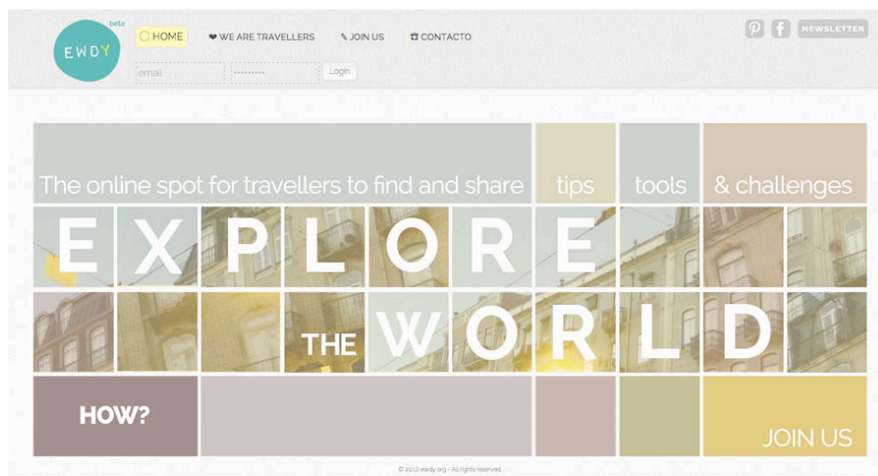


Figura 5 – Layout da Homepage

### III. 3. Arquitectura de Informação

A organização da informação é um passo muito importante quer para a concepção da plataforma em si, quer em termos de usabilidade.

Foi estruturado um diagrama conceptual que organiza as páginas Web de forma a se perceber qual o foco de cada página (Anexo F). Este diagrama está dividido em quatro quadrantes. No primeiro, Interior - Individual, encontram-se as páginas que abordam temáticas com um maior teor de introspecção para o utilizador; No segundo, Exterior – Individual, estão as páginas que mantêm uma relação mais técnica com o utilizador e com o público em geral; No terceiro, encontram-se as páginas que se focam mais na inteligência colectiva da comunidade de utilizadores e no quarto, Exterior – Colectivo, estão as páginas que têm um carácter mais informativo destinado ao público em geral.

Para perceber melhor a lógica de utilização do site pelos utilizadores, a organização da estrutura lógica do website, pode ser observada no organograma (Anexo G).

Como afirma Donald Norman, no seu livro *The Design of Everyday Things* - “Objectos bem desenhados são fáceis de interpretar e perceber. Eles contêm pistas visuais para a sua operação.” (2002, p. 2). Como se verifica, os menus de navegação (interno e externo) são



simples e intuitivos e estão sempre visíveis. O menu interno tem a peculiaridade de ter, à partida, alguns itens bloqueados. Estes itens são identificados por terem uma cor mais clara, por não serem clicáveis e por não permitirem a opção “hover”. O utilizador precisa de perceber quais os itens que não são operacionais (Norman, 2002, p. 8).

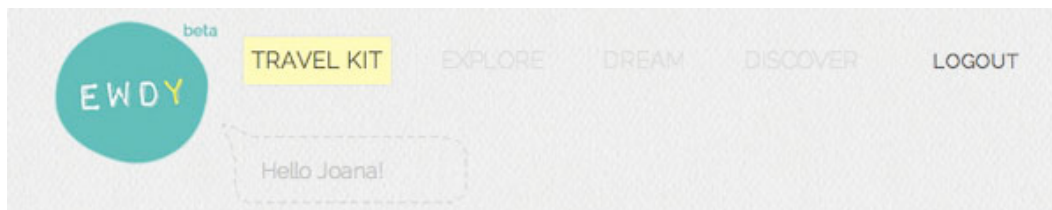


Figura 6 - Menu interno

São utilizadas “lightboxs” que permitem aceder à informação de uma página secundária sem sair da página principal de uma dada categoria. Assim, permite-se, uma boa “orientação espacial” ao utilizador.

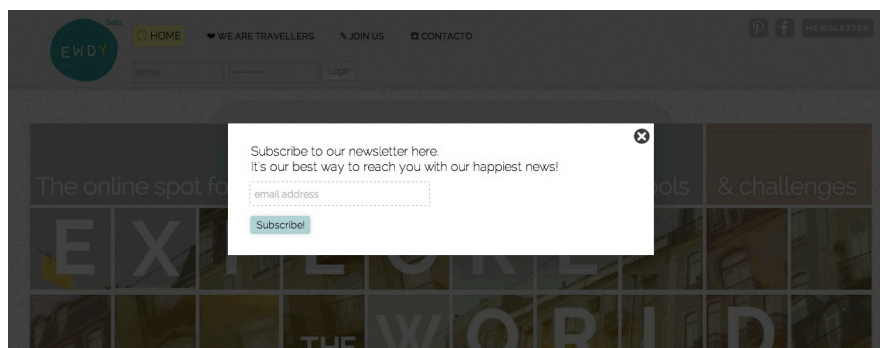


Figura 7 - "Lightbox"

Em termos de “feedback”, o utilizador precisa de perceber se a informação que introduziu nos formulários foi devidamente inserida, ou se houve algum erro. Para esse efeito, foram utilizados alertas em *javascript*, que são exibidos após o utilizador clicar no botão para submeter os dados.

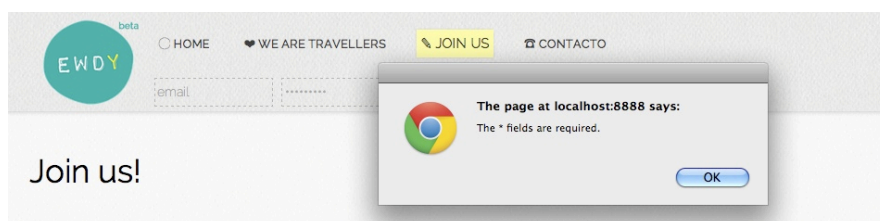


Figura 8 - Alerta Javascript

### III. 4. Desenvolvimento e Programação

O aspecto gráfico do site foi desenvolvido com as linguagens de programação HTML e CSS. O HTML para estruturar todo o site, e o CSS para manipular visualmente a estrutura.

Por ser das linguagens de programação mais fáceis de integrar com HTML e criar conteúdo dinâmico, foi utilizada a linguagem de programação PHP. Esta linguagem possibilita gerir uma aplicação Web sem ter de interagir directamente com o servidor. Para aceder à informação submetida e guardada na base de dados utilizou-se o MySQL.

Também houve a necessidade de recorrer ao uso de Ajax para possibilitar uma maior rapidez e fluidez na leitura do conteúdo presente na base de dados.

Utilizou-se javascript e recorreu-se à biblioteca de jQuery, para produzir vários efeitos de interacção com o HTML, compatíveis com um grande numero de *browsers*.

### III. 5. Marketing Digital

Embora ainda em fase de protótipo, o projecto não estaria completo se não fossem integradas algumas das mais importantes redes sociais para se chegar à fase de divulgação do projecto. As plataformas sociais a utilizar seriam o *Facebook*, que pela sua grande escala de utilizadores permite uma maior propagação do projecto e o *Pinterest*, que possibilita partilhar e compilar dicas, desafios e ferramentas de viagem e auto-conhecimento.

A passagem à fase de divulgação terá de ter em conta toda a informação pesquisada, com vista à definição de uma estratégia baseada em “Brand Narratives” e “Storytelling”.

## Capítulo IV : O Protótipo

### IV. 1. A plataforma e a sua utilização

A plataforma é composta por duas áreas, uma interna e uma externa. A externa disponibiliza a informação essencial sobre a plataforma e seu funcionamento, a página de registo e a página de contactos. A área interna permite ao utilizador aceder às sugestões de viagem e às ferramentas de auto-conhecimento. O acesso à área interna, requer o registo no site e o respectivo login.

Escolheu-se o inglês que, por ser a língua mais internacional, é utilizada por grande parte dos viajantes.

A *homepage*, sendo, por norma, a página mais importante de um site, pois é o primeiro contacto que uma pessoa tem com a plataforma, é decisiva para a sua utilização futura. Segundo Steve Krug no seu livro *Don't Make Me Think* há alguns parâmetros que devem estar presentes numa *homepage*, tais como: a “identidade e missão do website”; a “hierarquia do site”; a “opção de procura”; “atracções”; “promoções”; “conteúdo periódico”; “atalhos” e “registo”. Devem esclarecer também aspectos mais abstractos como: “O que estou à procura?”; “e o que não estou à procura?”; “onde começar?” e deve “estabelecer credibilidade e confiança” (2006, p. 95-97). Destes parâmetros não foram utilizados a “opção de procura” e o “conteúdo periódico”.

A utilização da plataforma, inspirada nos princípios da “gamification” e seguindo um percurso baseado na Teoria do U (Anexo H), está dividida em três fases ou níveis, *Explore* (explora), *Dream* (sonha), *Discover* (descobre). As diferentes fases são activadas, por aquela ordem, a partir do momento em que o utilizador começa a sua viagem.

Feito o registo e o login, o utilizador acede à página principal da plataforma - *Travel Kit* (estojo de viagem). Nesta página são recolhidas as informações do utilizador referentes à viagem que vai iniciar (datas e o destino). Além disso são apresentadas ao utilizador duas ferramentas:

- uma que lhe permite organizar o que deve fazer antes de iniciar a viagem;

- a outra poderá ser utilizada para “descarregar” convicções e preconceitos. Esta ferramenta ficará bloqueada durante o período de tempo da viagem que foi pré-definido.

Esta página contém, ainda, uma secção para as *Tips* (dicas) que são compiladas pelos utilizadores da plataforma. Cada utilizador pode consultar e adicionar sugestões sub-divididas nas seguintes categorias: “destination” (destino), “packaging” (fazer a mala), “health” (saúde), “accommodation” (alojamento) e “attitude” (atitude).

Na data pré-definida para início da viagem o menu *Explore* passa a estar acessível.

O menu *Explore* corresponde à fase em que o utilizador, acedendo a um conjunto de dicas e desafios gerado pelos utilizadores, explora o destino de viagem. Existem, também, duas ferramentas de observações em que o utilizador pode registar, numa, o que vê e visita, na outra, as suas emoções. A segunda ferramenta só é activada depois da primeira ser preenchida. O preenchimento da segunda desbloqueia a fase seguinte, o menu *Dream*.

O menu *Dream* deve ser preenchido num "momentum". É solicitado ao utilizador que encontre um sitio onde se sinta confortável para reflectir sem ser incomodado. Aí revê tudo o que foi feito e preenchido anteriormente e preenche as ferramentas de auto-conhecimento apresentadas nesta fase. Ao completar o preenchimento da ferramenta *purpose*, cujo o objectivo é definir o propósito de vida do utilizador, desbloqueia o menu *Discover*.

O menu *Discover* é a fase final. O objectivo é o utilizador rever e filtrar a informação que foi construindo, para criar a sua visão do futuro.

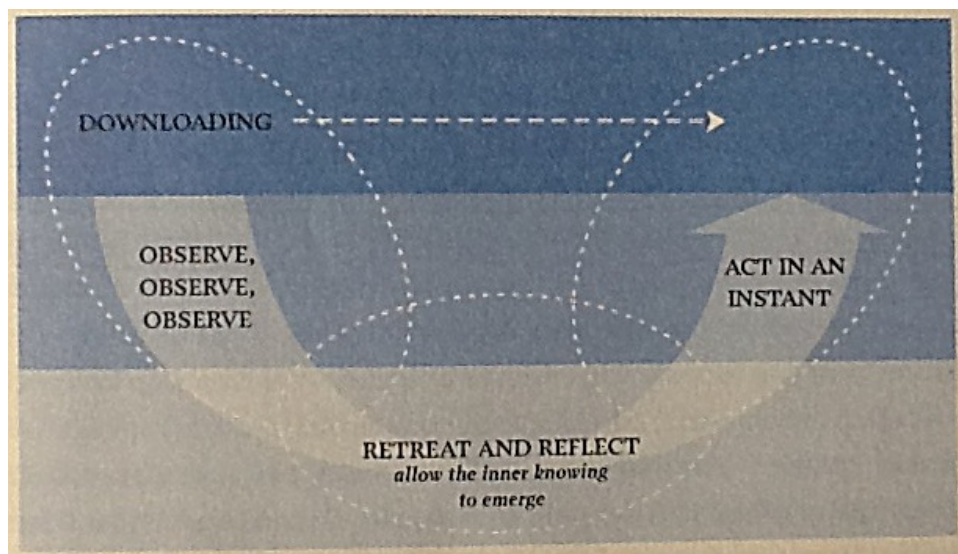


Figura 9 - Três Movimentos da Teoria do U

As expressões *Explore, Dream, Discover*, que transmitem a ideia essencial defendida nos três movimentos da Teoria do U (Figura 9), foram inspiradas na seguinte afirmação de Mark Twain:

"Daqui a vinte anos vais estar mais decepcionado pelas coisas que não fizeste do que pelas que fizeste. Então solta as amarras, navega para longe do porto seguro. Apanha os ventos alísios nas tuas velas. Explora. Sonha. Descobre."

As fases, ou níveis, da plataforma (*Explore, Dream, Discover*) pretendem explorar, mais a fundo, os diferentes estados de atenção que a teoria do U propõe, como referido no ponto II.1. Para esse efeito são facultadas dicas, desafios e ferramentas pela ordem lógica do processo (Anexo H).

#### IV. 2. Vantagens e desvantagens

Considera-se que a utilização desta plataforma, beneficia das seguintes vantagens:

Proporciona a partilha de sugestões e desafios de viagem pelos utilizadores;

É acessível em qualquer parte do mundo, pelo o facto de utilizar a internet como suporte;

É de fácil leitura, por se basear mais em imagens do que em texto;

Possibilita a visualização, numa página própria, da informação anteriormente submetida.

Referem-se, por outro lado, as seguintes desvantagens:

Não pode ser utilizada em sítios onde não haja acesso à internet;

Não permite o estabelecimento de contactos entre utilizadores, por não estar desenhada como uma rede social;

Na fase de desenvolvimento actual da plataforma, os dados introduzidos por um utilizador, em diferentes viagens, ficam sobrepostos.

#### **IV. 3. Futuros desenvolvimentos**

Em primeiro lugar considera-se necessário realizar testes à plataforma, com utilizadores reais. Outras funcionalidades podem ser desenvolvidas para melhorar a utilização, tais como:

Permitir que o login seja feito através do Facebook ou do Gmail. Assim possibilita-se a interligação dos “contactos” na perspectiva de transformar a plataforma em rede social.

Adaptar a plataforma a uma aplicação para *smartphones* e *tablets*. Estes dispositivos permitem a utilização da aplicação sem necessidade de aceder à internet.

## Bibliografia

AIREY, David - **Logo Design Love: a guide to creating iconic brand identities**. Berkeley: New Riders, 2010.

AUBREY, Bob - **Managing your Aspirations: Developing Personal Enterprise in the Global Workplace**. McGraw-Hill Education (Asia). 1ª Edição. 2010.

CADILHE, Gonçalo - **Um Lugar Dentro de Nós**. Lisboa: Clube do Autor, 2012.

CHUA, Celestine - **Live a Better Life in 30 Days**, 30DLBL. 2011.

CURTICHS, Javier; ANTUNES, Sandra; TOCA, Antonio - **Sentido Social: A Comunicação e o Senso Comum na Era da Internet Social**. Lisboa: Plátano Editora, 2011.

ESROCK, Robin - **Learn to Travel: Travel to Learn**. TEDxVancouver, 2013. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=S0TemIxiMdw>

FEIST, Gregory J.; FEIST, Jess - **Theories of Personality**. McGraw-Hill Higher Education. 6ª Edição. 2005.

GASPAR, Vasco - **ZorBuddha. Diário positivo para uma vida consciente**. 2009

GILMORE, W. Jason - **Beginning PHP and MySQL: From Novice to Professional**. New York: Apress, 2008.

GMECH, George - **Crossing cultures: Student travel and personal development**. International Journal of Intercultural Relations, Volume 21, Issue 4, November 1997, Pages 475-490, ISSN 0147-1767, 10.1016/S0147-1767(97)00021-7 (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0147176797000217>)

GORP, Trevor; ADAMS, Edie - **Design for Emotion**. Waltham: Elsevier, 2012.

HALVORSON, Kristina; RACH, Melissa - **Content Strategy For The Web**. Berkeley: New Riders, 2012.

KRUG, Steve - **Don't Make Me Think**. Berkeley: New Riders, 2006.

MARCOTTE, Ethan - **Responsive Web Design**. New York: A Book Apart, 2011.

MASLOW, Abraham - **A Theory of Human Motivation**. Originalmente publicado em Psychological Review, 50, 370-396. 1943.

MCGONIGAL, Jane - **The game that can give you 10 extra years of life**. TED, 2012. Retrieved from [http://www.ted.com/talks/jane\\_mcgonigal\\_the\\_game\\_that\\_can\\_give\\_you\\_10\\_extra\\_years\\_of\\_life.html](http://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_the_game_that_can_give_you_10_extra_years_of_life.html)

NEURATH, Otto - **International picture language**. London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co., Lda.. 1937

O'REILLY, Tim - **What Is Web 2.0. O'Reilly Network**. Retrieved 2006-08-06.

POCRASS, Kate - **I Was Here: a travel journal for the curious minded**. San Francisco: Chronicle Books, 2011.

ROAM, Dan - **The back of the napkin. Solving problems and selling ideas with pictures**. New York: Penguin Group, 2008.

SCHARMER, C. Otto. - **Theory-U: Leading From the Future as it Emerges**. San Francisco: Berrett-Koehler, 2009.

SMITH, Keri - **How to be an explorer of the World**. New York: Penguin Group, 2008.

STEVES, Rick - **The Value of Travel**. TEDxRainier, 2011. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=kYXiegTXsEs>

STOCKS, Elliot Jay - **Sexy Web Design**. Collingwood: Sitepoint, 2009.

WILLING, Luke; THOMSON, Laura - **PHP and MySQL Web Development**. USA: Addison-Wesley, 2009.

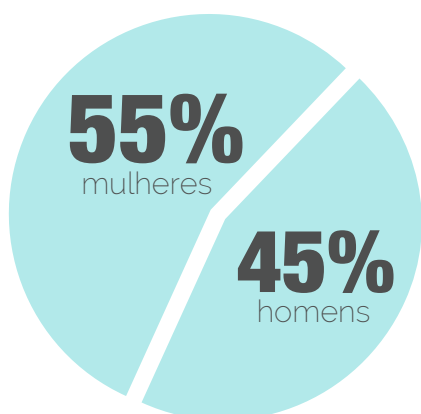


## **Anexo A**

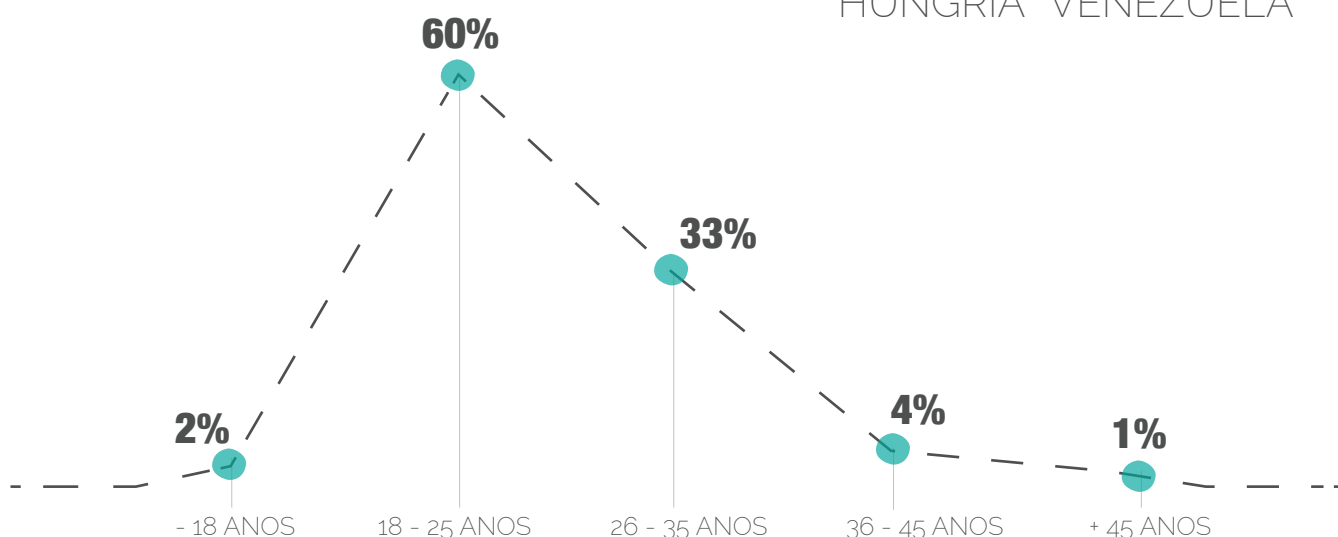
Questionário sobre viajar - “Travel Survey”

**407**  
pessoas  
responderam

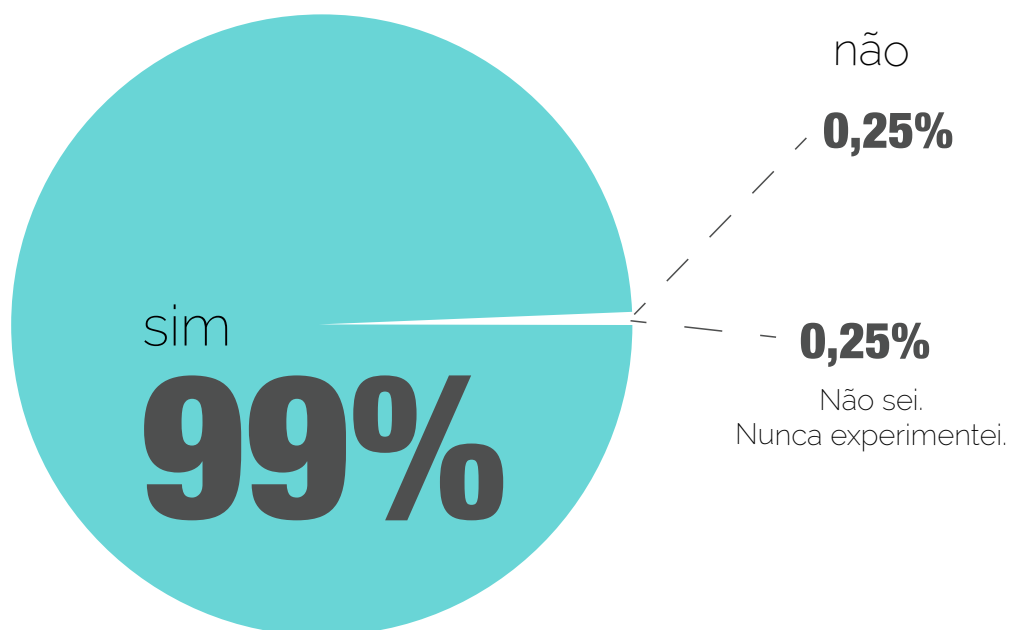
## 34 NACIONALIDADES



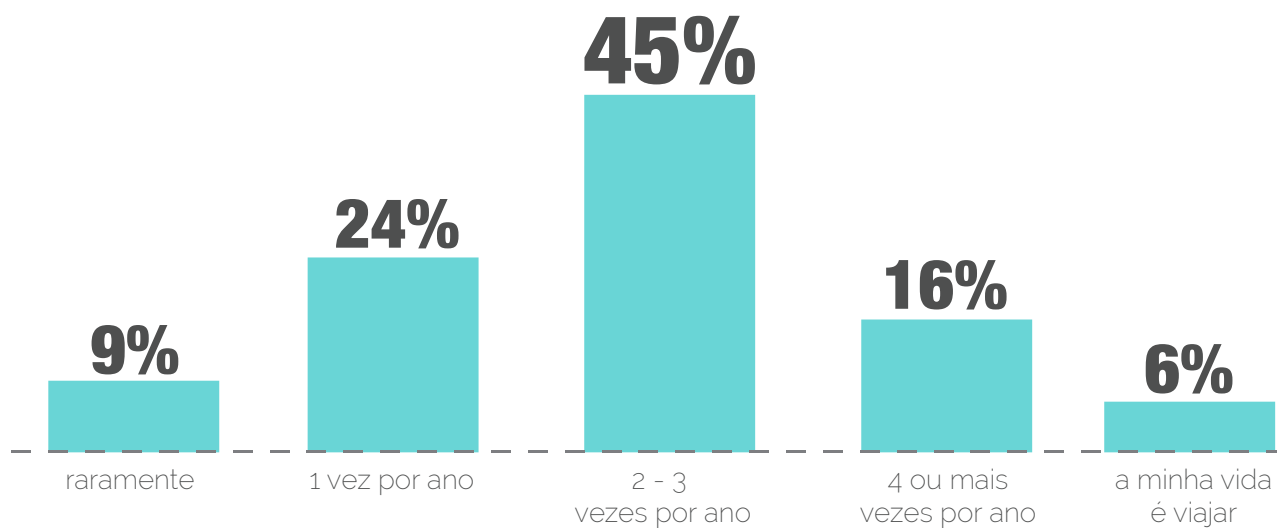
ALGÉRIA INDIA  
BRASIL ITÁLIA  
REINO UNIDO JAPÃO  
CANADÁ MALTA  
CHILE MEXICO  
CHINA MOÇAMBIQUE  
COLOMBIA POLÓNIA  
CROÁCIA PORTUGAL  
DINAMARCA ROMÉNIA  
HOLANDA RÚSSIA  
EGIPTO SÉRVIA  
ESTÓNIA ESLOVÁQUIA  
FINLÂNDIA COREIA DO SUL  
FRANÇA TUNÍSIA  
ALEMANHA TURQUIA  
GRÉCIA E.U.A.  
HUNGRIA VENEZUELA



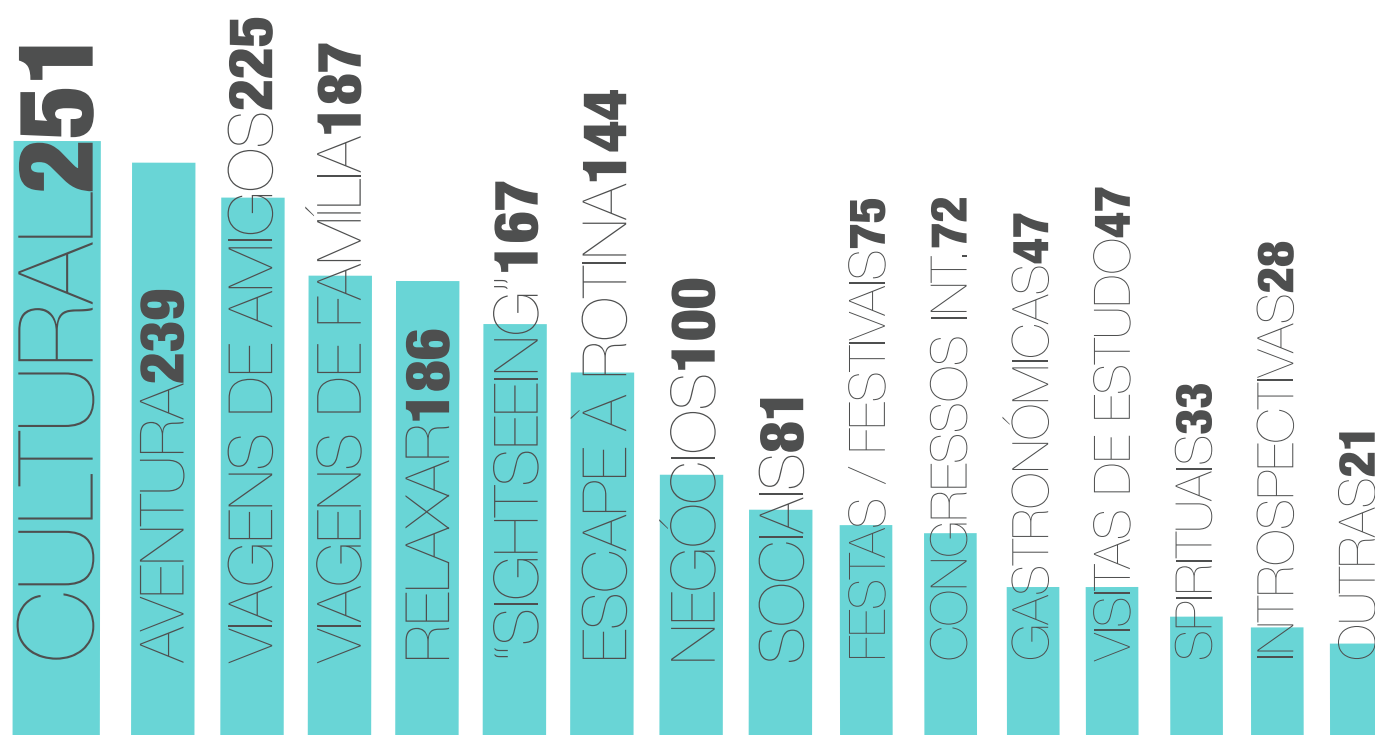
Gostas de viajar?



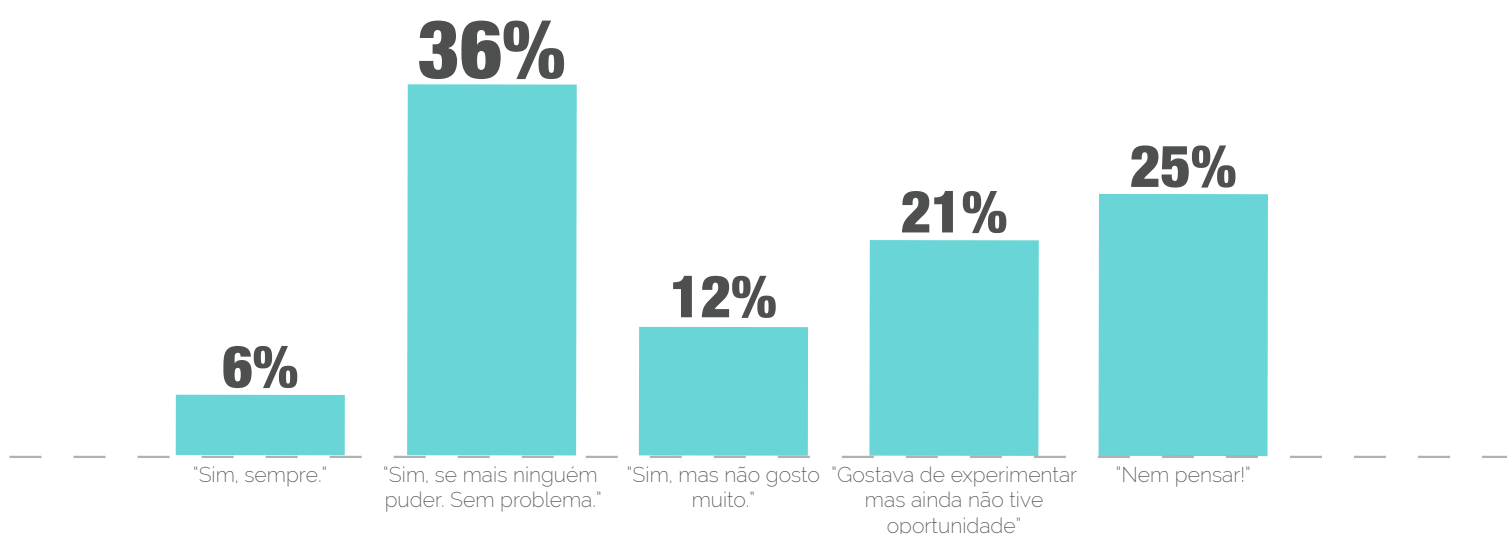
Com que frequência viajas?



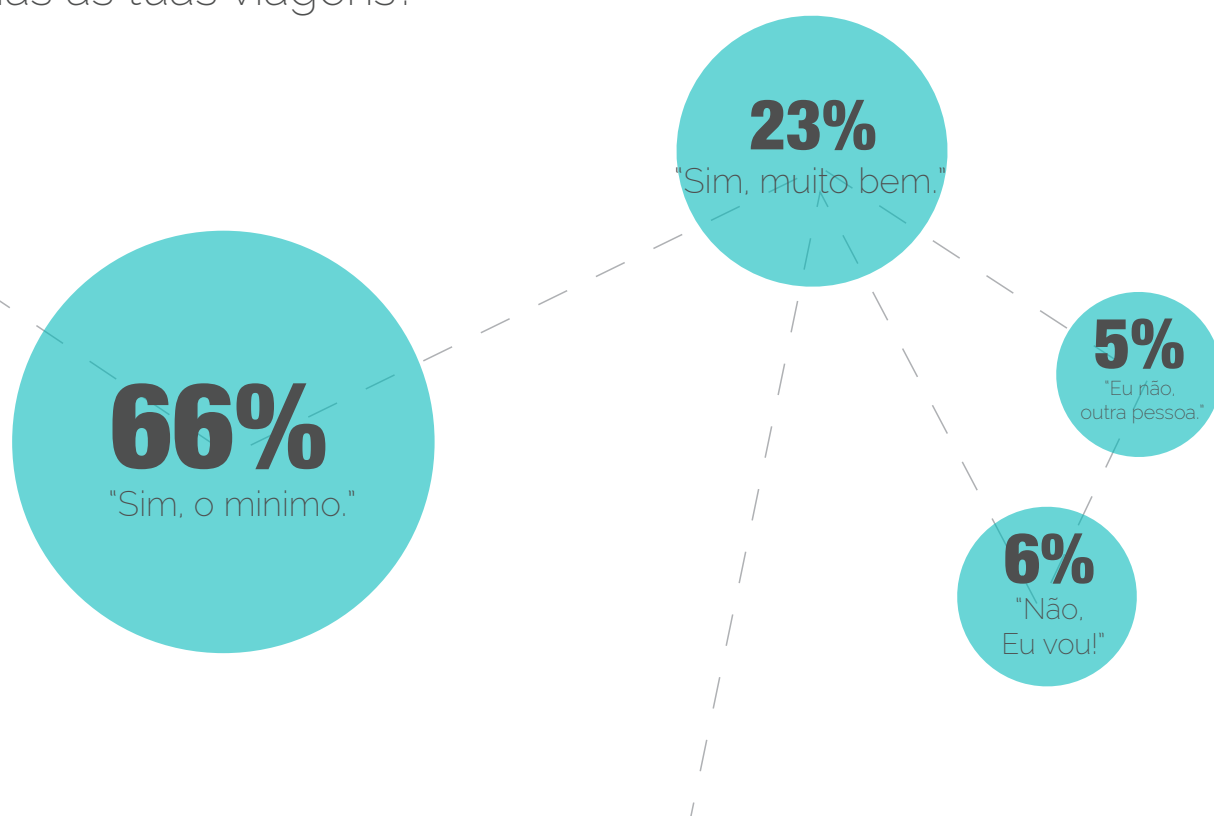
Normalmente, quais as razões por que viajas?



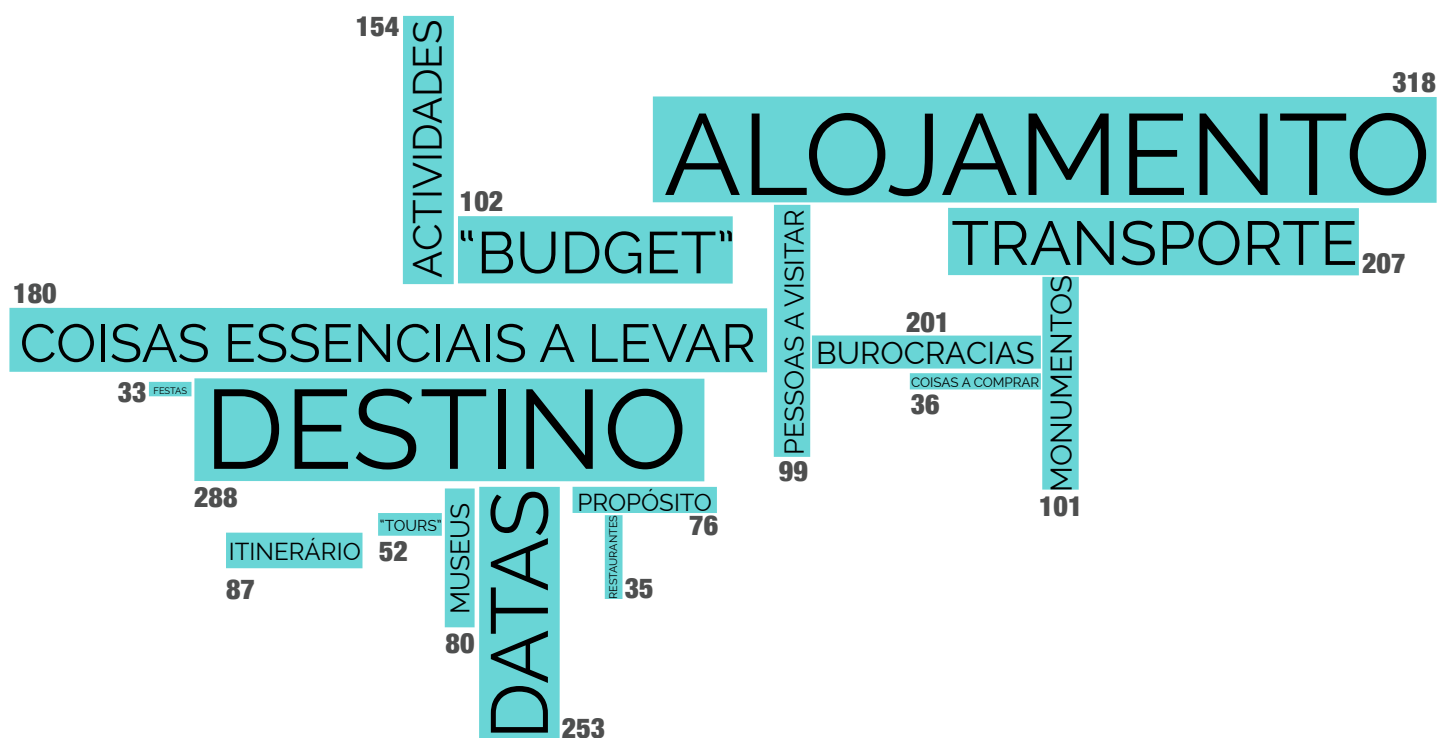
Viajas sozinho?



Planeias as tuas viagens?



Que tipo de coisas costumamos planejar?



# O que aprendes quando viajas?



## Achas que viajar melhora a tua vida? Como?



Alguma vez usaste um planner de viagens online?  
Qual?

abreu.pt momondo.com  
booking.com rumbo.com  
edreams.com skyplanners.com  
expedia.com skyscanner.com  
govolo.com tfl.gov.uk  
hostels.com tripadvisor.com  
hostelworld.com tripit.com  
lonelyplanet.com turkeytravelplanner.com  
maps.google.com viamichelin.com  
michelintravel.com tour.ne.jp

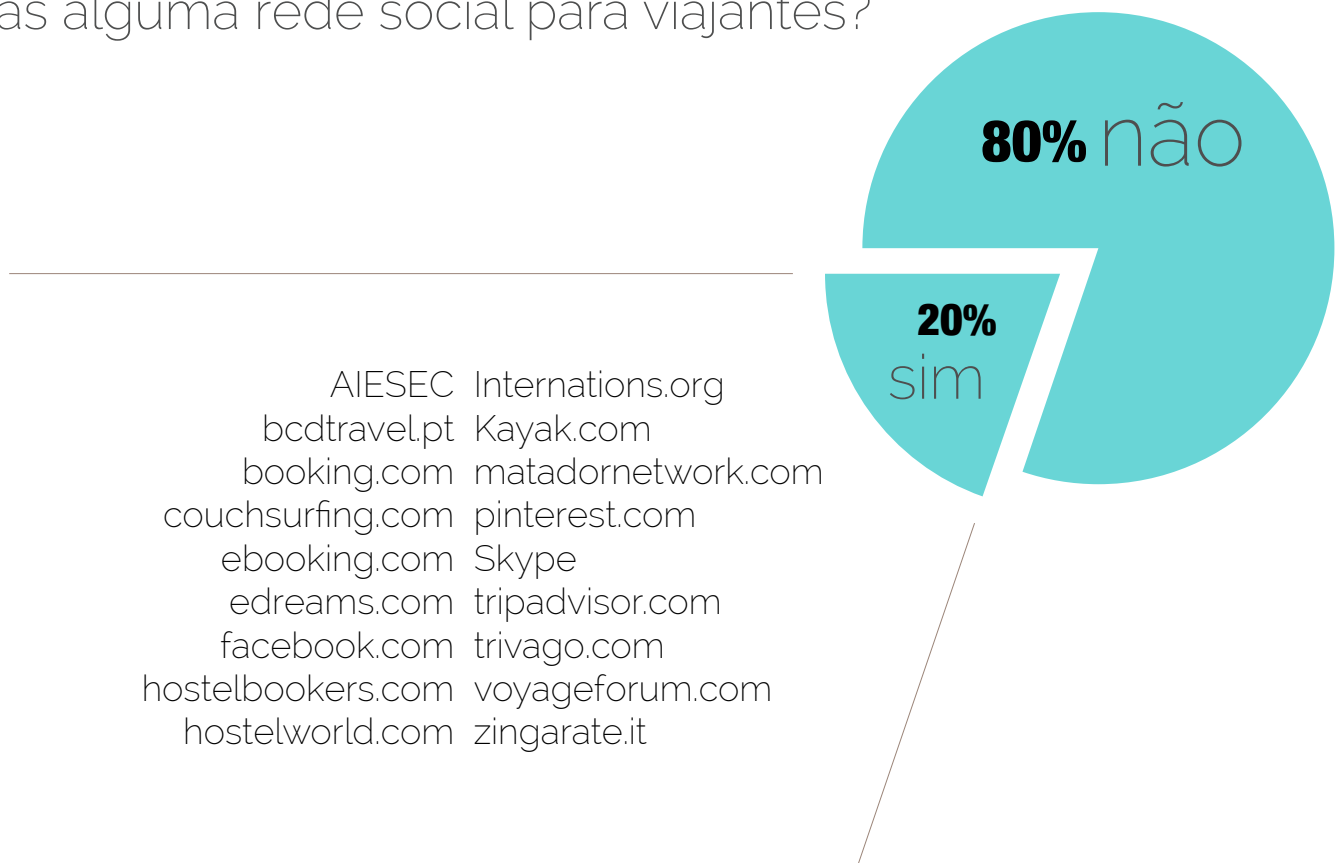


Alguma vez usaste um diário ou blog de viagens online?  
Qual?

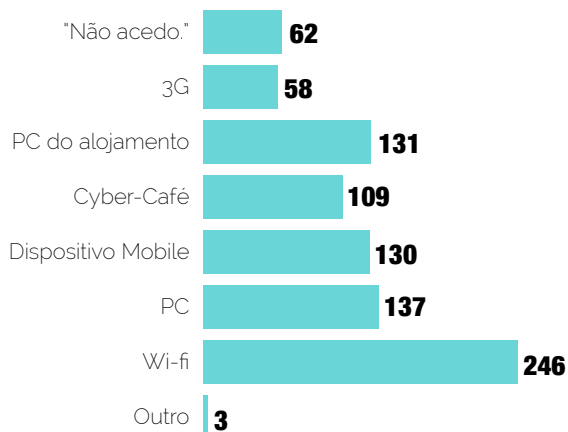
4travel.jp My friend  
almadeviajante.com tabisuke.arukikata.co.jp  
artofbackpacking.com travelblogs.com  
blogger.com travelpod.com  
chiebukuro.yahoo.co.jp tripadvisor.com  
conexaoparis.com.br triptrajectories.com  
daily planet tumblr.com  
facebook.com twitter.com  
Instagram waarbenjij.nu  
lonelyplanet.com wikitravel.org  
momondo.com wordpress.com



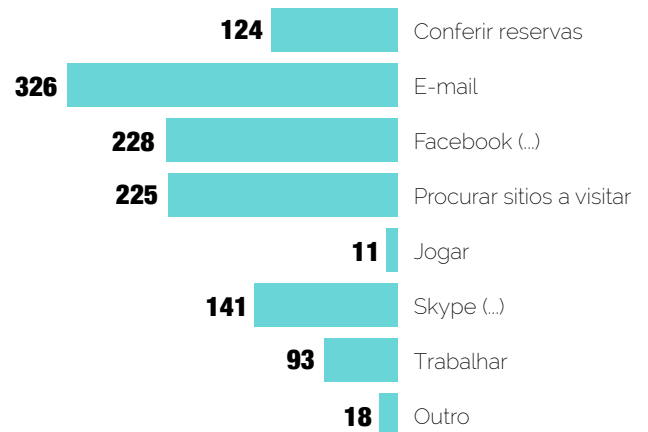
## Usas alguma rede social para viajantes?



## Como acedes à internet quando viajas?

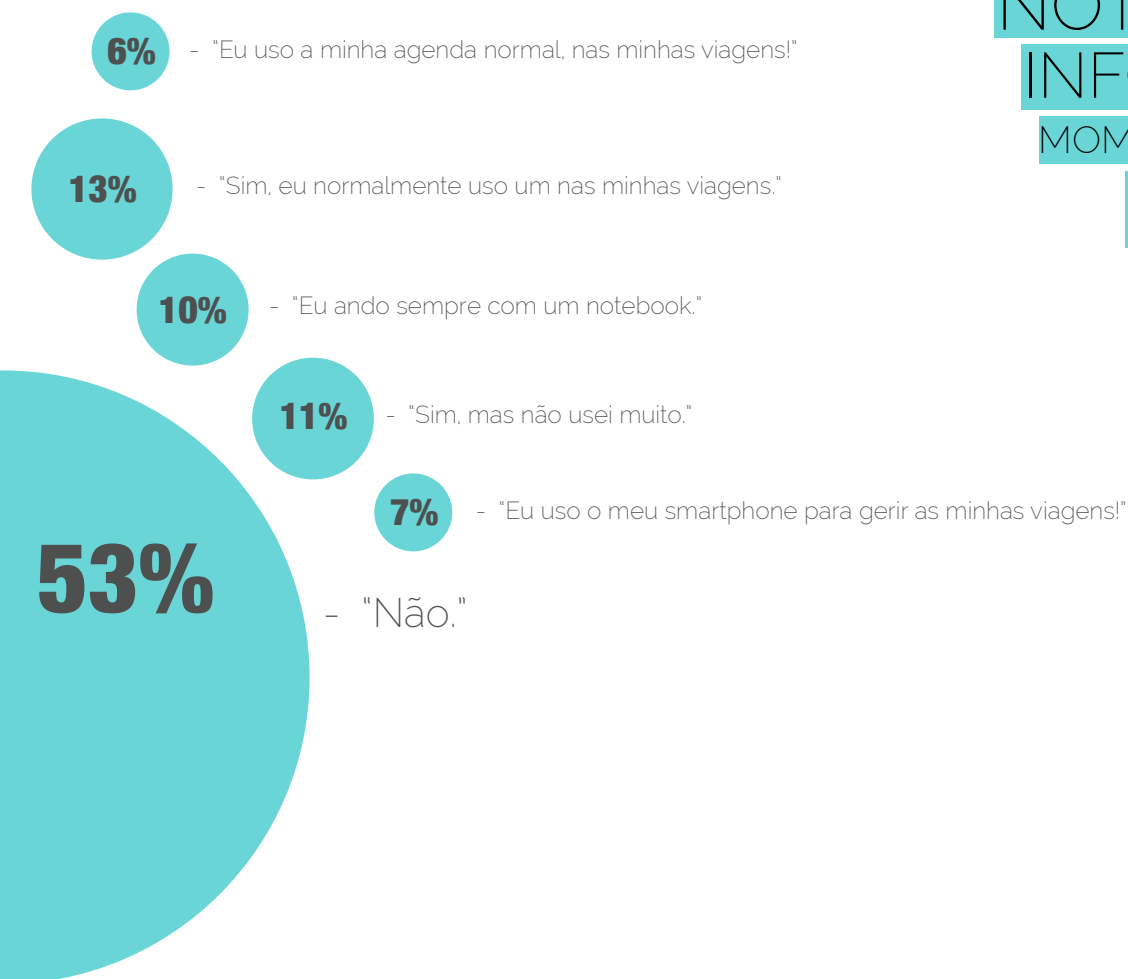


## Porque usas a internet quando viajas?





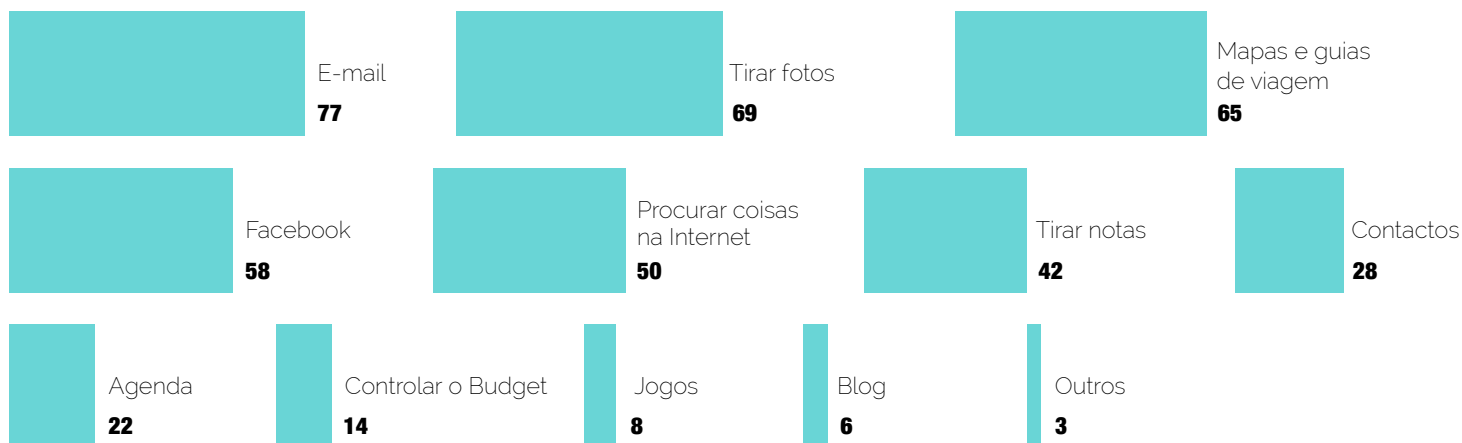
Alguma vez utilizaste um notebook - diário de viagem?



Como o utilizas?

NOTAS SIMPLES  
INFO DE VIAGEM  
MOMENTOS IMPORTANTES  
IDEIAS PARA PROJECTOS ACTUAIS OU FUTUROS  
REFLEXÕES  
OS SITIOS VISITADOS  
CONTROLAR BUDGET  
COLAR FOTOS  
COLAGENS  
DESENHOS  
RASCUNHOS PARA O BLOG

Como usas o teu smartphone durante uma viagem?



Alguma vez utilizaste uma aplicação móvel para gerir uma viagem?

**82**

não

**15**

sim

Que aplicação móvel recomendarias a um viajante?

|                                   |                         |
|-----------------------------------|-------------------------|
| 1000 Places to see before you die | My Maps Editor          |
| Budgets                           | Ndrive                  |
| Calendar                          | Notes                   |
| Cash Converter                    | OnTheWay                |
| CouchSurfing                      | PackTheBag              |
| Email                             | PTV                     |
| Evernote                          | Reminders               |
| facebook                          | Skype                   |
| foursquare                        | Super Bock Restaurantes |
| free maps                         | train timetable         |
| Google Drive                      | travelworld             |
| Google Maps                       | tripadvisor             |
| Google Sky                        | tripassist              |
| GPS                               | Tripit                  |
| iGO                               | Triposo                 |
| Instagram                         | Twitter                 |
| Lonely Planet                     | Wunderlist              |
| Maps                              | Yelp                    |
| Maps With Me                      |                         |

## **Anexo B**

### Análise de Utilizadores

### Análise de Utilizadores:

| (Perfil)                                 | (Experiência)  | (Contexto)                                      | (Acesso)   |
|--|--|---|--|
| Jovens estudantes<br>(18 - 23 anos)      | Internet: alta<br>Viajar: baixa - média<br>Self-awareness: baixa       | . Casa / Faculdade<br>. Hostel<br>. Wi-fi spots | Banda média/larga<br>PC / Telemóvel<br>Browsers:<br>. Chrome<br>. Safari<br>. Android Robot    |
| Jovens em ano sabático<br>(23 - 25 anos) | Internet: alta<br>Viajar: média - alta<br>Self-awareness: média - alta | . Casa<br>. Wi-fi spots<br>. Hostel             | Banda média/larga<br>PC<br>Browsers:<br>. Chrome<br>. Firefox<br>. Safari                      |
| Jovens trabalhadores<br>(24 - 30 anos)   | Internet: alta<br>Viajar: média - alta<br>Self-awareness: média        | . Casa / Trabalho<br>. Wi-fi spots<br>. Hotel   | Banda média/larga<br>PC / Telemóvel / Tablet<br>Browsers:<br>. Chrome<br>. Firefox<br>. Safari |

### Cenários:

**Perfil** - estudante (gestão/economia/marketing)

**Faixa etária** - 17-25 anos

**Ocupação** - estudante

**Localização** - cidades desenvolvidas

**Equipamento** - portátil, telemóvel e/ou tablet

**Questões** - Como vou organizar a minha viagem de férias a \_\_\_\_\_?

Qual é o objectivo destas férias? Passear? Cultural? Relaxar? Negócios?

Como vou tirar notas e controlar as minhas despesas durante a viagem?

Onde posso guardar os contactos das pessoas que vou conhecer na viagem?

O que vou fazer durante as viagens de autocarro/comboio/avião/carro?

Onde vou anotar reflexões que faça sobre a viagem e sobre os projectos que me quero envolver no futuro?

**Perfil** - estudante (design, artes plásticas, multimédia, cinema, teatro, letras)

**Faixa etária** - 17-25 anos

**Ocupação** - estudante

**Localização** - cidades de todo o mundo minimamente desenvolvidas

**Equipamento** - portátil, telemóvel e/ou tablet

**Questões** - Como vou planear a minha viagem de férias a \_\_\_\_\_?

Qual é o objectivo destas férias? Passear? Cultural? Relaxar? Inspiração? Introspecção?

Como vou tirar notas e controlar as minhas despesas durante a viagem?

Onde posso guardar os contactos das pessoas que vou conhecer na viagem?

O que vou fazer durante as viagens de autocarro/comboio/avião/carro?

Onde vou desenhar, fazer colagens e colocar fotografias da minha viagem?

Onde vou anotar ideias para futuros projectos durante a viagem?

**Perfil - Freelancer**

**Faixa etária - 25-30 anos**

**Ocupação - freelancer**

**Localização -** cidades de todo o mundo minimamente desenvolvidas

**Equipamento -** portátil, telemóvel e/ou tablet

**Questões -** Como vou planear a minha viagem de férias a \_\_\_\_\_?

Qual é o objectivo destas férias? Passear? Cultural? Relaxar? Negócios? Inspiração?

Como vou tirar notas e controlar as minhas despesas durante a viagem?

Onde posso guardar os contactos das pessoas que vou conhecer na viagem?

O que vou fazer durante as viagens de autocarro/comboio/avião/carro?

Onde vou desenhar, fazer colagens e colocar fotografias da minha viagem?

Onde vou anotar ideias para futuros projectos durante a viagem?

**Perfil – Jovem empreendedor**

**Faixa etária - 25-35 anos**

**Ocupação -** Gestor / consultor /

**Localização -** cidades de todo o mundo minimamente desenvolvidas

**Equipamento -** portátil, telemóvel e/ou tablet

**Questões -** Como vou planear a minha viagem de férias a \_\_\_\_\_?

Qual é o objectivo destas férias? Passear? Cultural? Relaxar? Negócios?

Onde posso guardar os contactos das pessoas que vou conhecer na viagem?

Onde vou desenhar, fazer colagens e colocar fotografias da minha viagem?

Onde vou anotar ideias para futuros projectos durante a viagem?

**Perfil - Jovem em Período Sabático**

**Faixa etária - 17-35 anos**

**Ocupação -** estudante ou trabalhador

**Localização -** cidades de todo o mundo minimamente desenvolvidas

**Equipamento -** portátil, telemóvel e/ou tablet

**Questões -** Como vou planear o meu período sabático?

Onde vou? Quanto tempo? O que vou fazer?

Como vou tirar notas das minhas reflexões durante este período?

Como posso controlar as minhas despesas durante este período?

O que pretendo descobrir durante este período?

O que pretendo melhorar?

Onde vou anotar ideias e conclusões?

## **Anexo C**

Identidade

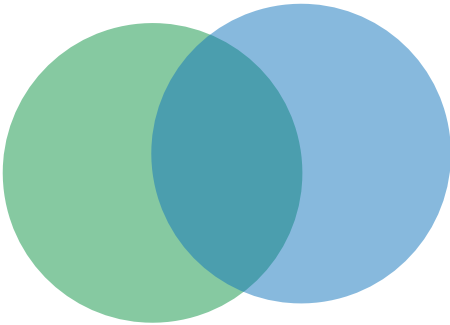
Identidade



Inspirações



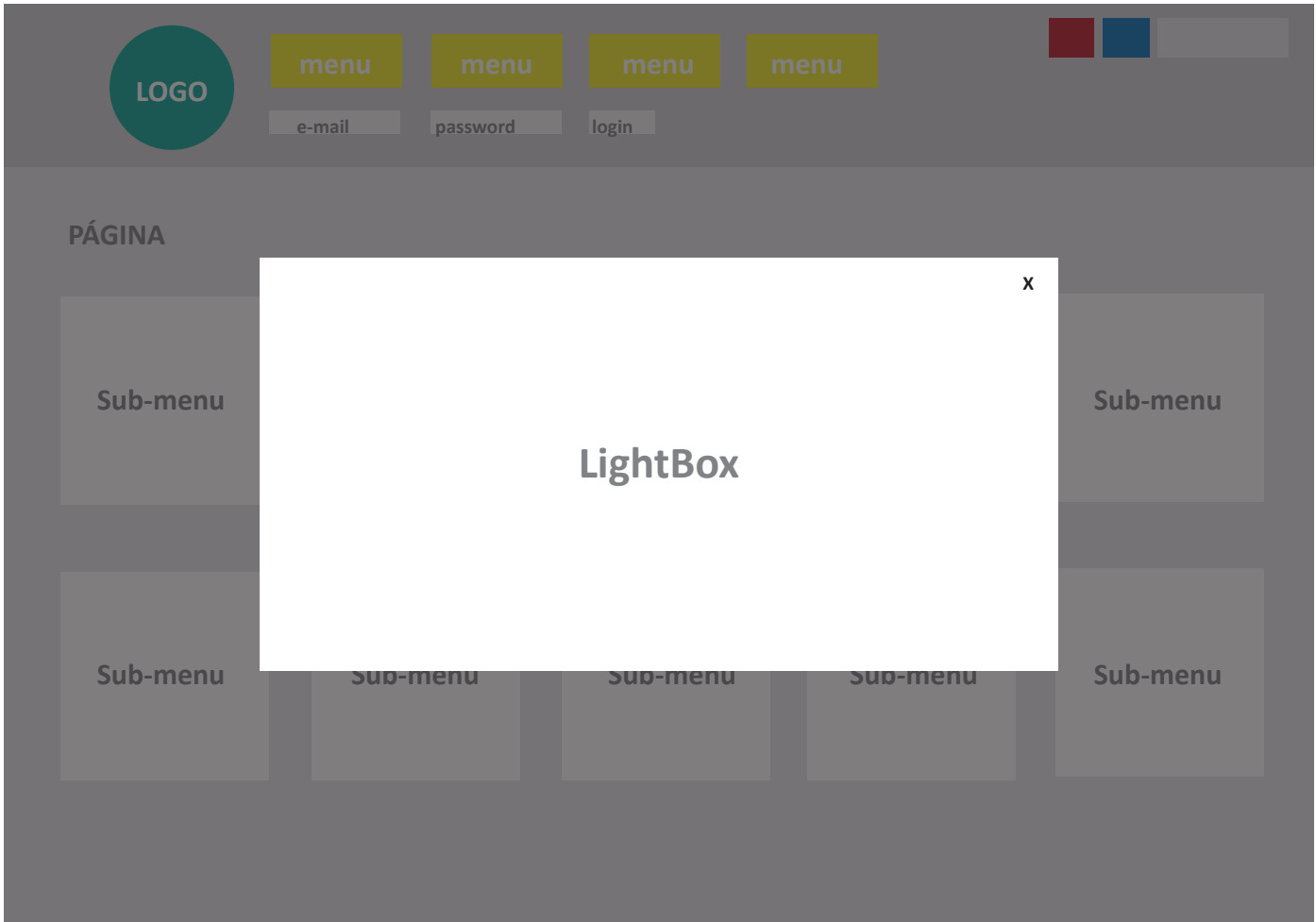
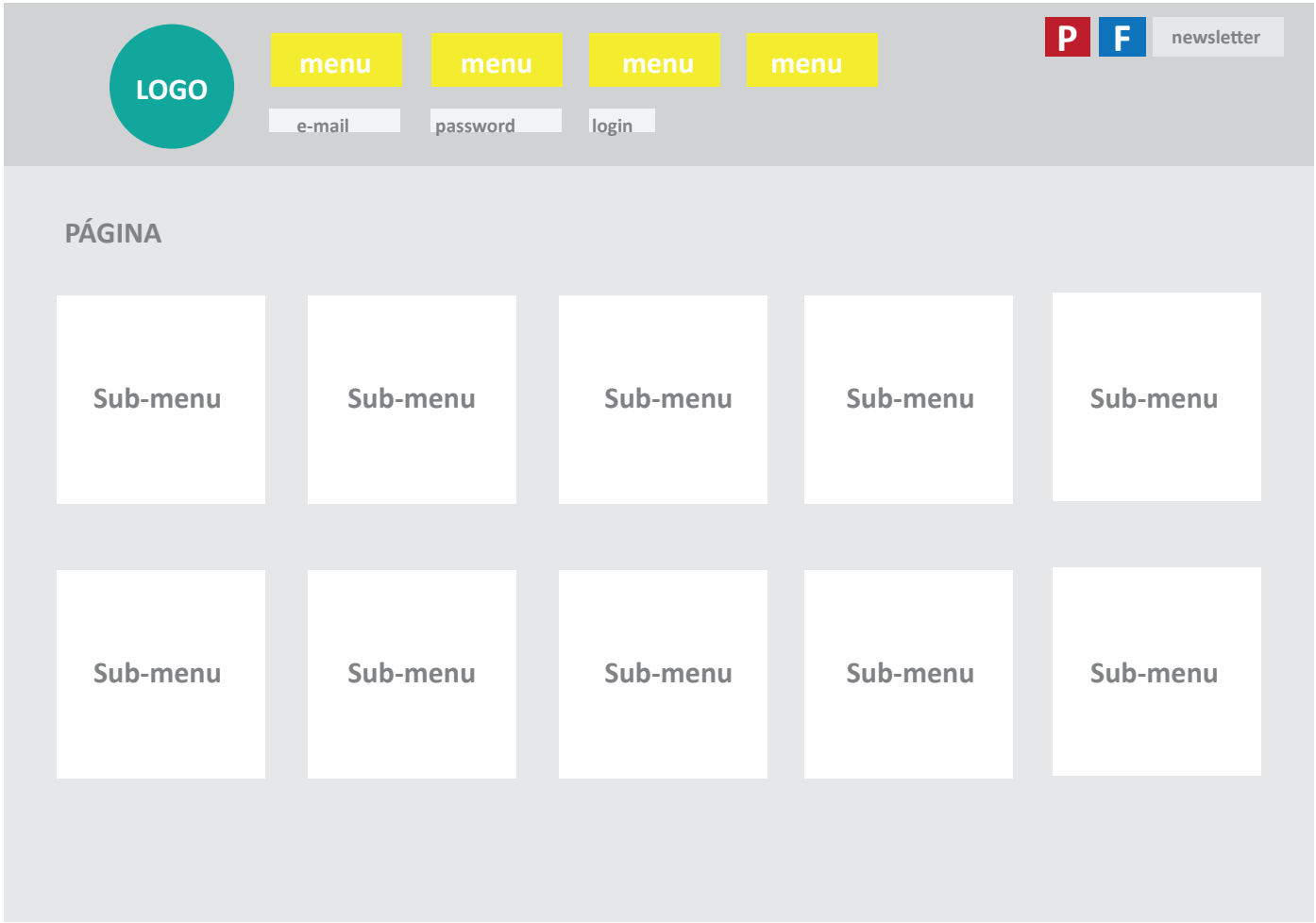
| Hora<br>Time | Voo<br>Flight | Origem / Via<br>Origin / Via |
|--------------|---------------|------------------------------|
| 13:43        | VR 4101       | SAL                          |
| 18:20        | 72 232        | S. VICENTE                   |
| 18:40        | VR 606        | LISBON                       |
| 19:20        | VR 8009       | DAKAR                        |
| 22:05        | VR 4202       | S. VICENTE                   |
| 22:15        | VR 4103       | SAL                          |



## **Anexo D**

Arte Final

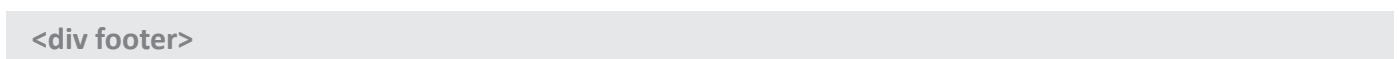
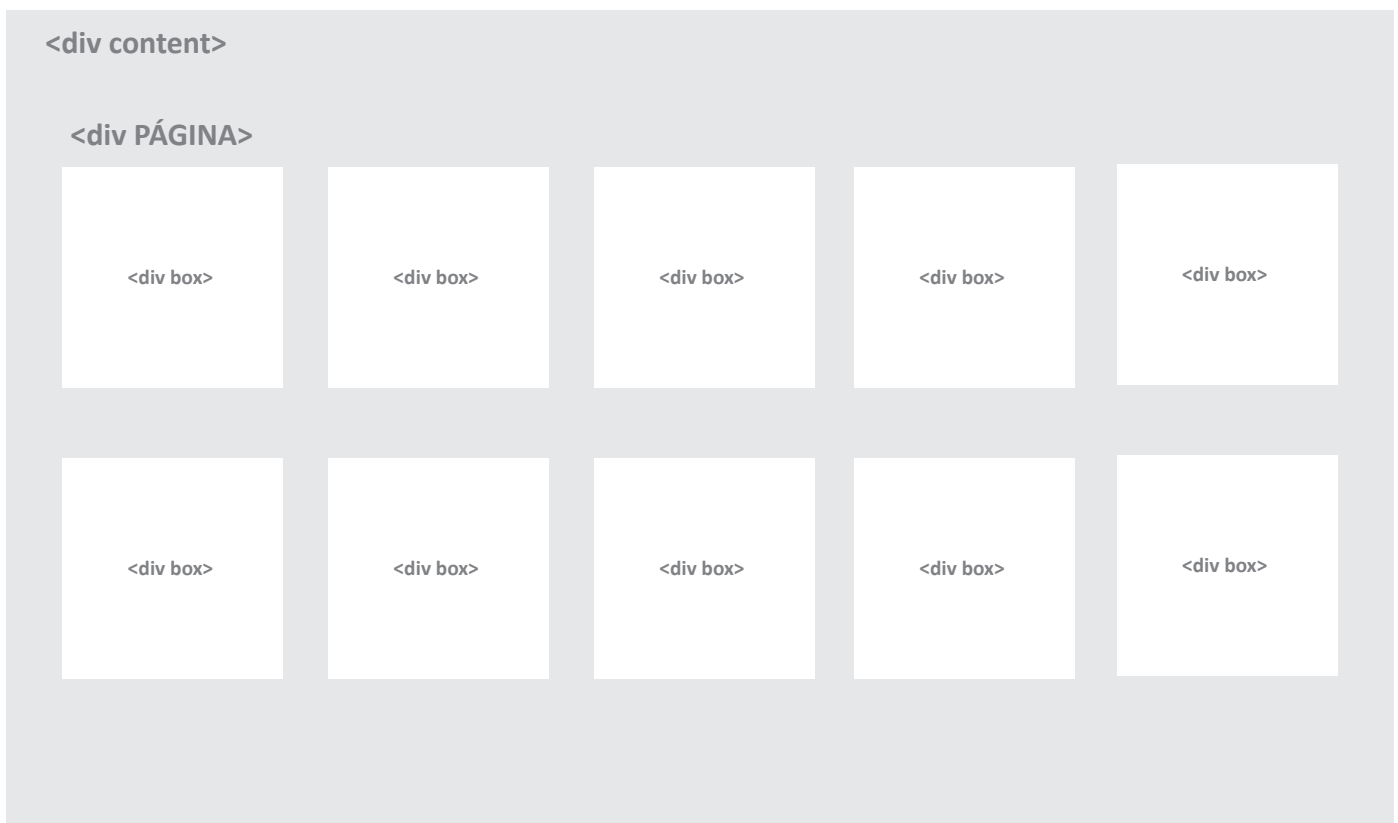
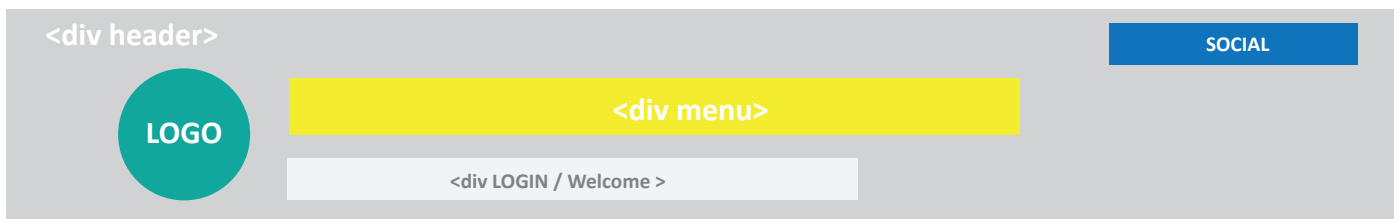




## **Anexo E**

“Layout”

## Layout Divs

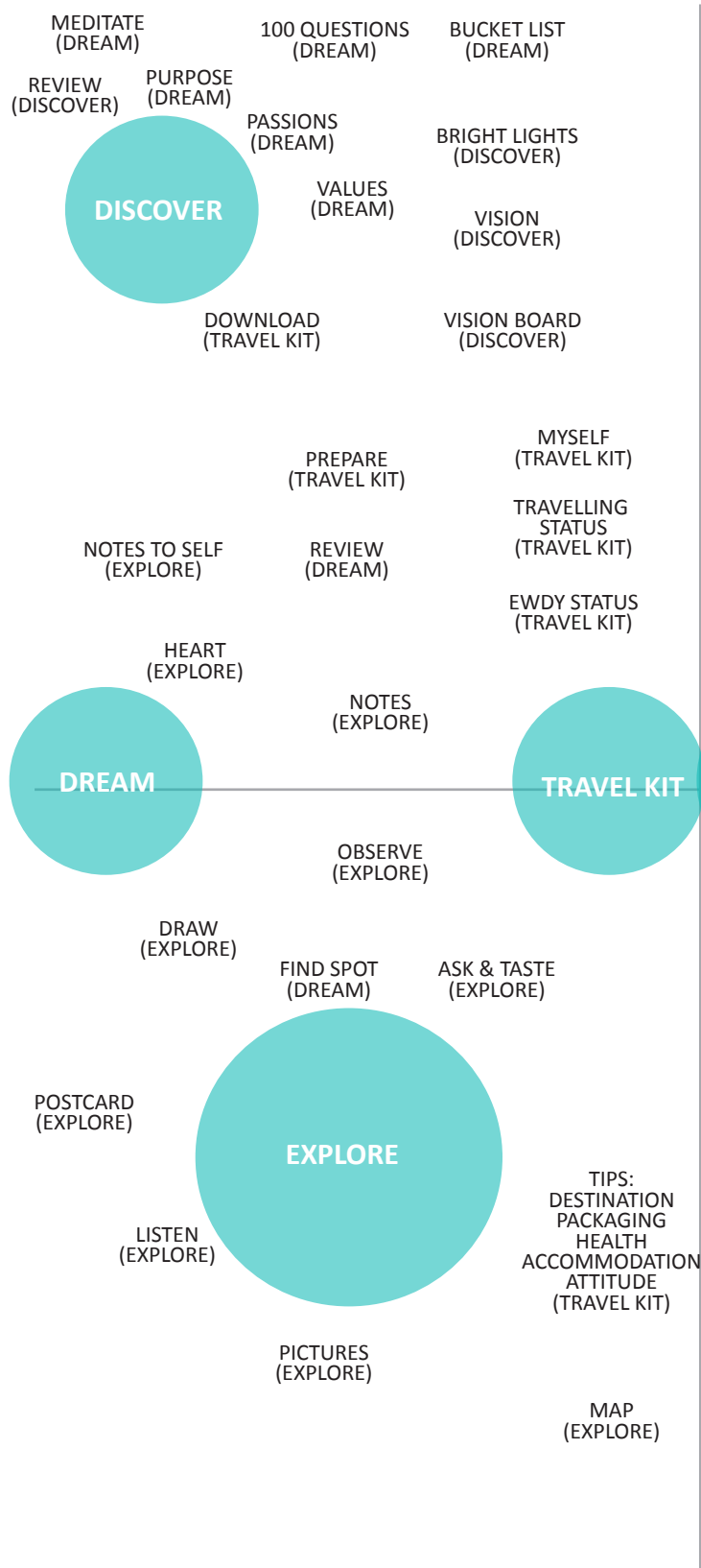


## **Anexo F**

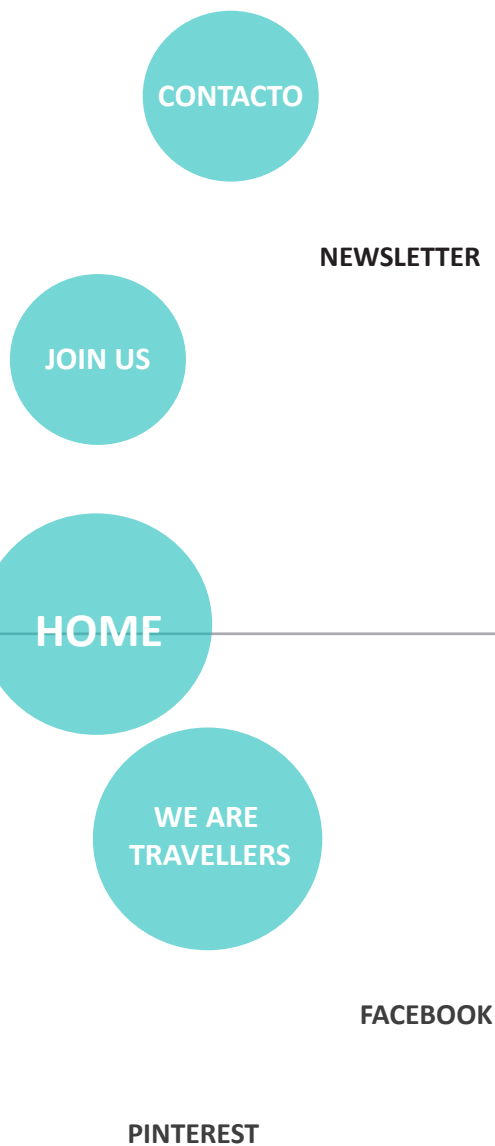
Diagrama Conceptual

# Diagrama Conceptual

## INTERIOR - INDIVIDUAL



## EXTERIOR - INDIVIDUAL



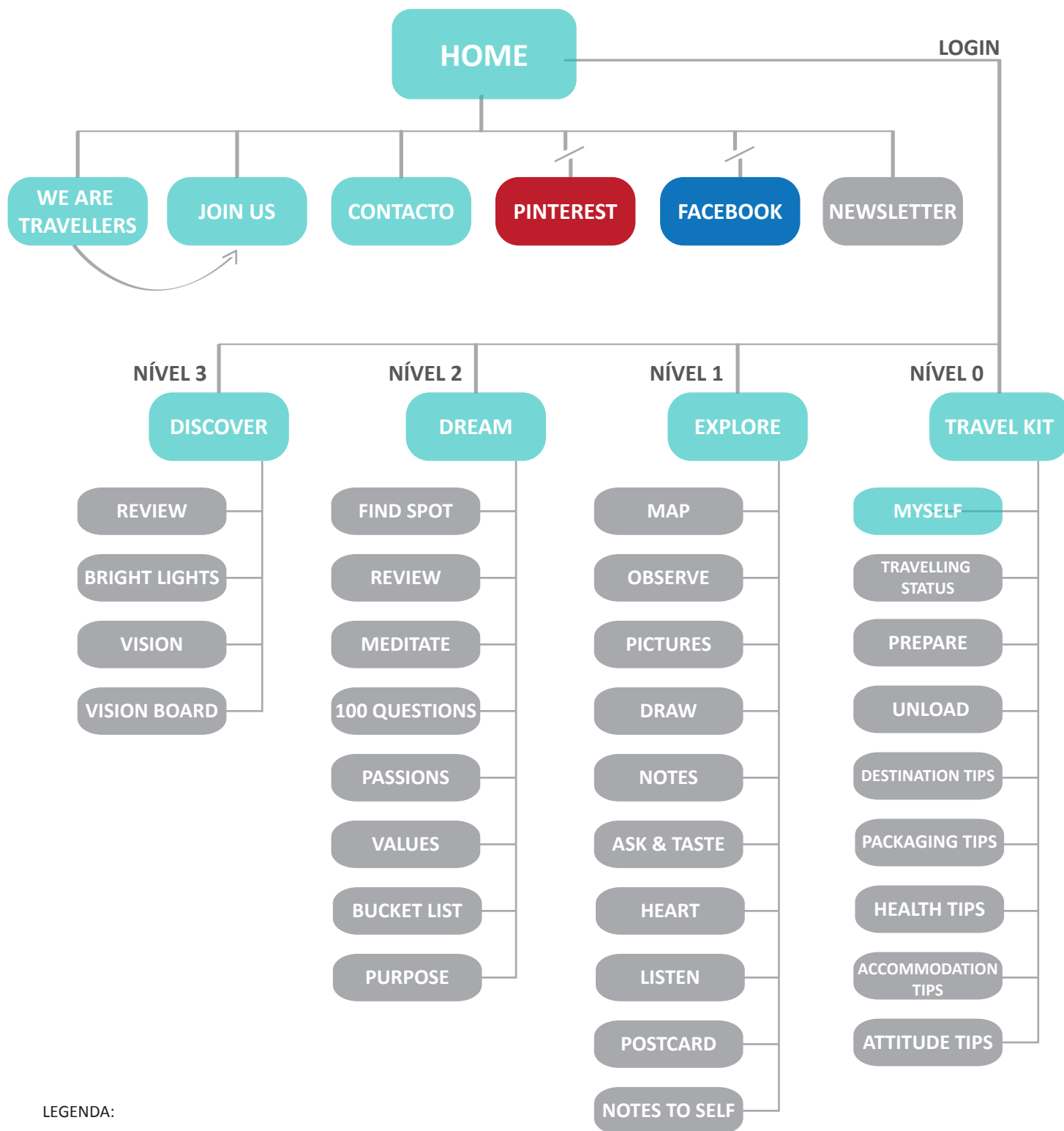
## INTERIOR - COLETIVO

## EXTERIOR - COLETIVO

## **Anexo G**

### Organograma

# Organograma

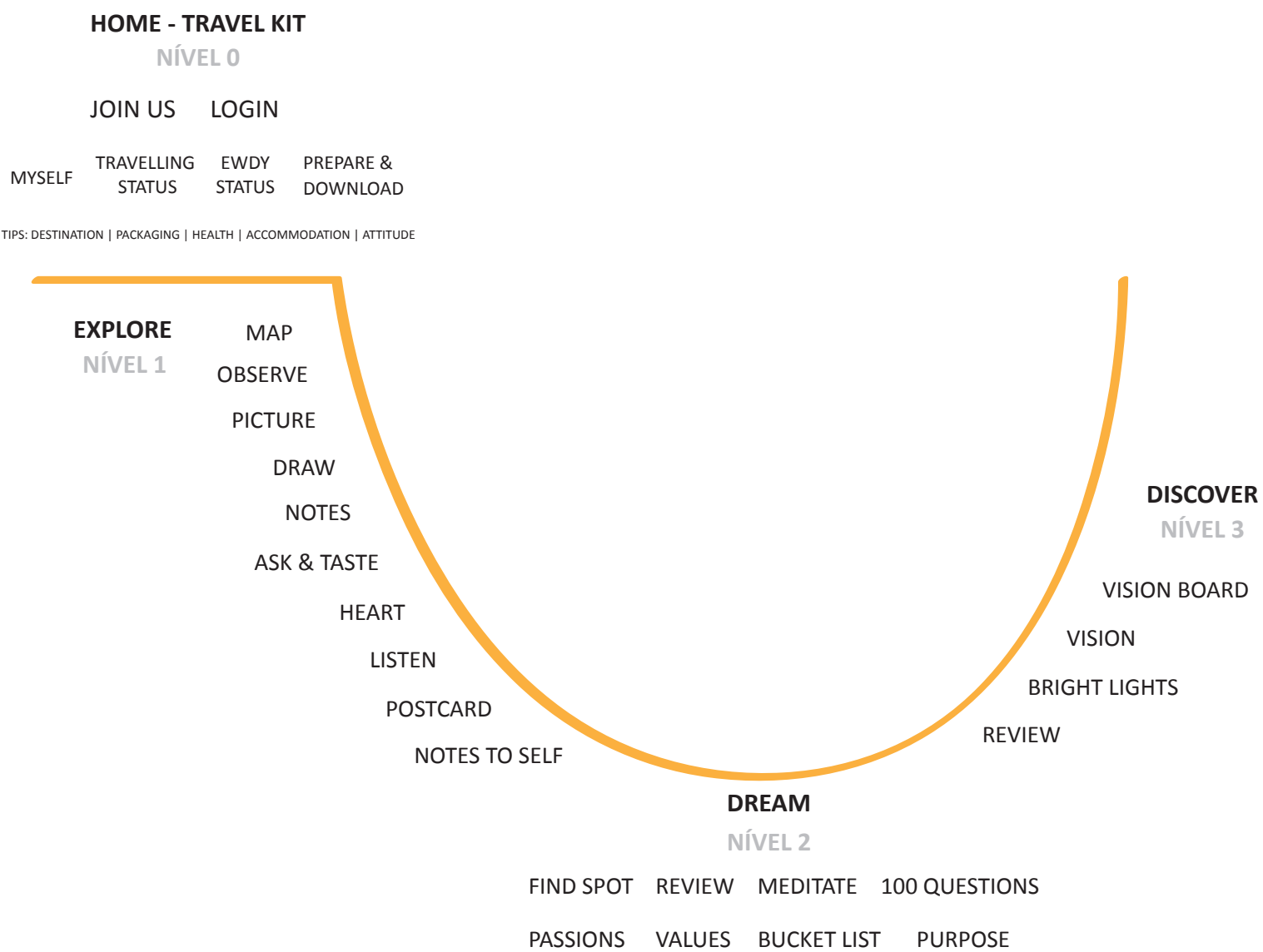


## **Anexo H**

### Processo Lógico



# Processo Lógico de utilização



## **Anexo I**

Levantamento do Estado da Arte

## Levantamento do Estado da Arte

### Blogs / Diários de viagens:

- Everything-Everywhere [web]: <http://everything-everywhere.com/>
- Get Jealous [web]: <http://www.getjealous.com/>
- Map vivo [web]: <http://mapvivo.com/>
- My trip journal [web]: <http://www.mytripjournal.com/>
- Off Exploring [web + app]: <http://www.offexploring.com/>
- On the road [web + app]: <http://www.ontheroad.to/>
- Travel Blog [web]: <http://www.travelblog.org/>
- Travel pod [web + app]: <http://www.travelpod.com/>
- Trip journal [app]: <http://www.trip-journal.com/>
- Tripline [web + app]: <http://www.tripline.net/>

### “Coaching” e Bem-estar:

- Couching cloud [web]: <https://www.coachingcloud.com/>
- Pd-hub [web]: <http://www.pd-hub.com/>
- Robot Coach [web]: <http://www.robot-coach.com/>
- Success Wizard [web]: <http://successwizard.com/>
- Super Better [web + app]: <https://www.superbetter.com/>

### Planeamento de Viagens:

- Minube [web]: <http://www.minube.pt/>
- One World [web]: <http://oneworldrtw.innosked.com/>
- Plnnr [web]: <http://plnnr.com/>
- TouristEye [web]: <http://www.touristeye.com/>
- Trip Wolf [web + app]: <http://www.tripwolf.com/>
- TripAdvisor [web + app]: <http://www.tripadvisor.com/>
- Tripit [app]: <https://www.tripit.com/>
- Trippy [web]: <http://www.trippy.com/>
- Wanderfly [web]: <http://www.wanderfly.com/>
- Worldmate [app]: <http://www.worldmate.com/>

### Redes-sociais:

- Bootsnall [web]: <http://www.bootsnall.com/>
- Couch Surfing [web + app]: <http://www.couchsurfing.org/>
- Exploroo [web]: <http://www.exploroo.com/>
- Find meet go [web]: <http://www.findmeetgo.com/>
- Geocaching [web + app]: <http://www.geocaching.com/>
- Georama [web]: <http://www.georama.com/html5/>
- Globe Trooper [web]: <http://globetrooper.com/>
- Guided by a local [web]: <http://www.guidedbyalocal.com/>
- Jetpac [app]: <https://www.jetpac.com/>
- Lonely Planet Forum [web]: <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/index.jspa>

- Most traveled people [web]: <http://mosttraveledpeople.com/>
- Picksie [app]: <http://www.picksie.com/>
- Tourist Link [web]: <http://www.touristlink.com/>
- Trav Buddy [web]: <http://www.travbuddy.com/>
- Travellerspoint [web]: <http://www.travellerspoint.com/>
- Travellution [web]: <http://www.travellution.com/>
- Trip colony [web]: <http://www.tripcolony.com/>
- Tripatini [web]: <http://www.tripatini.com/>
- Tripl [web]: <http://tripl.com/>
- Virtual Tourist [web]: <http://www.virtualtourist.com/>
- Wenzani [app]: <http://www.wenzani.com/>
- Where are you now? [web + app]: <http://www.wayn.com/waysplash.html>
- Where I've been [web]: <http://www.whereivebeen.com/>
- WikiTravel [web]: [http://wikitravel.org/en/Main\\_Page](http://wikitravel.org/en/Main_Page)
- World66 [web]: <http://www.world66.com/>